



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Filmblogs 2.0 –
Zur Filmkritik im Social Web“

Verfasserin

Sabrina Denise Klatzer

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Prof. Dr. Ramón Reichert

WIDMUNG UND DANKSAGUNG

Ich widme diese Diplomarbeit meinen liebenden Eltern, Herbert und Ingrid, die mich, seit ich denken kann, in jeglicher Hinsicht unterstützt und bestärkt haben.

Ihnen verdanke ich die Möglichkeit, mich fortzubilden und mich auf diesem Wege selbst zu verwirklichen.

Ein besonderer Dank meinerseits gilt ebenso Prof. Dr. Ramón Reichert, auf dessen vollste Unterstützung ich mich sowohl während meiner Recherchen als auch über den Zeitraum der Verfassung meiner Diplomarbeit im Zuge eines Auslandsaufenthaltes verlassen konnte.

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|-----|
| 1. Einführung | 3 |
| 1.1 Starters and Appetizers | 6 |
| 1.2 Vom Weblog zum Blog | 7 |
| 1.3 Blogs, Links und Content Management Systems | 11 |
| 1.4 Vom Blog zur Blogosphäre innerhalb der Web 2.0-Ära | 15 |
| 1.5 Wer sind die Blogger? | 21 |
| 2. Jeder ist ein Journalist | 28 |
| 2.1 Partizipation oder Profession? | 29 |
| 2.2 Filmkritik als „Werkstatt der Begriffe“ | 38 |
| 2.3 Jeder ist ein Filmkritiker | 44 |
| 2.4 Blogs als Wiederbelebung der Filmkritik | 49 |
| 3. Blog-Beiträge, Blogger-Sprache, Blogger-Motivation | 58 |
| 3.1 „Jeder bekommt seine 15 Megabyte Ruhm.“ | 61 |
| 3.2 „In my opinion ...“ - Die Motivation des „Ich-Bloggers“ | 66 |
| 3.3 Der Vergleich zu Bordwells und Thompsons Observations on Film Art | 80 |
| 3.4 Marketing 2.0: Beispiele für kommerzielle Filmblogs | 87 |
| 4. Internationale Blogvielfalt im Vergleich | 91 |
| 4.1 Meinungsbildende Rangführer: Movie Blogs in den USA | 93 |
| 4.2 Der europäische Anteil der Blogosphäre | 111 |
| 4.3 Die österreichische Bloggeria | 113 |
| 4.4 Zusammenfassung und Ausblick | 118 |
| 5. Quellenverzeichnis | 123 |
| 5.1 Abbildungsverzeichnis | 123 |
| 5.2 Abkürzungsverzeichnis | 124 |
| 5.3 Tabellenverzeichnis | 125 |
| 5.4 Filmographie | 125 |
| 5.5 Literaturverzeichnis | 126 |

1. Einführung

Technische Innovationen und die damit einhergehende Möglichkeit des ungehinderten und freien Austausches von Informationen stellen die Wegbereiter der stark verbreiteten „Amateurlkultur der Partizipation“ im Internet dar. Weblogs oder kurz gesagt „Blogs“ etablierten sich aufgrund ihrer dichten Vernetzung untereinander als Diskussionsplattform, welche für Blogger überwiegend als Ventilfunktion (beispielsweise für politische und soziokulturelle Ereignisse) und zur Befriedigung eines natürlichen Mitteilungsbedürfnisses fungiert. Sie sind somit Förderer der öffentlichen Kommunikation, der Partizipation und einer neuen Form von kollektiver Organisation und verkörpern ebenso einen der Wegbereiter des Phänomens der persönlichen Selbstdarstellung im Internet.

Die folgende Arbeit behandelt den Ursprung, die Entstehung und die Verbreitung von Weblogs im Internet, unter genauer Betrachtung der Blogs des Genres Film, welche insbesondere durch die Ära des Web 2.0 einen herausragenden Aufschwung erleben. Es sollen grundlegende Fragen rund um das Wesen des Filmblogs und dessen Organisation im World Wide Web geklärt werden. Besonders interessant erscheinen jene Debatten zwischen den Befürwortern und Gegnern der Filmblogs, wonach die Filmkritik-Websites auf Diskussionsbasis einerseits gewissermaßen als „Renaissance der Filmkritik“ betrachtet werden und andererseits die Verderbung qualitativer Standards durch die Vormachtstellung der sog. „Amateur-Kritiker“ befürchtet wird. In diesem Zusammenhang soll die Gattung Filmkritik per se erkundet und auf die Dimension der Filmblogs im Internet übertragen werden. Es erfolgt eine Differenzierung zwischen jenen Bloggern, die ihr Weblog aus privaten Interessen führen und jenen, die es aus geschäftlichen Gründen bzw. für kommerzielle Zwecke betreiben. Es soll geklärt werden, nach welchen Motiven der Großteil der „Bloggeria“ agiert.

Das Format Weblog als Plattform der Filmkritik stellt im Vergleich zur klassischen Filmkritik eine völlig neue Art und Weise der Reflexion über filmische Werke dar. Die dichte Vernetzung der Blogs untereinander bewerkstelligt einen nie enden wollenden Dialog zwischen den „selbsternannten Filmkritikern“, von denen es so manche in den Interessensmittelpunkt der medialen Öffentlichkeit schaffen, während wenige davon sogar einen Karrieresprung absolvieren. Im Zeitalter des Web 2.0 gibt es viel mehr Möglichkeiten, eine Film-Review zu erstellen: Es können Bilder, sogar kurze Filmausschnitte in Form von Videos innerhalb einer Filmkritik vorgestellt werden; es können Verweise zu anderen Kritiken und Bewertungen hinzugefügt werden. Der Kreativität rund um Filmkritik wird im Web 2.0 keine Grenzen gesetzt. Hier stellt sich jedoch die Frage: Müssen Grenzen gesetzt werden? Und was bedeuten diese Entwicklungen für die Leser der Kritiken? Nach welchen Kriterien

hat ein Leser die Qualität der vorliegenden kritischen Artikel zu bewerten? Ist es legitim, jener Sichtweise zu folgen, dass „Amateur-Kritiker“ Qualitätsstandards niederreißen? Und wie kann man sich überhaupt in den unendlichen Weiten der sog. „Blogosphäre“ mit ihrer unzählbaren, unüberschaubaren Menge an Blogs zurechtfinden?

Das erste Kapitel dieser Arbeit stellt eine Einführung in die Thematik der Weblogs im Allgemeinen und in ihre Organisation im World Wide Web dar. Es sollen die verschiedenen Ereignisse und Entwicklungen, die zur Entstehung und Verbreitung der Weblogs geführt haben, welche schließlich in einem Blog-Boom mündeten, erörtert werden. Neben zu beantwortenden Fragen wie „Welche Arten von Blogs sind in der Blogosphäre zu finden?“ und „Zu welchen Zwecken werden Blogs betrieben bzw. eingesetzt?“ wird der technische Hintergrund, auf welchem das Weblog basiert, sowie dessen Erscheinungsbild, sozusagen das Blog-Design, welches je nach behandelte Thematik variiert, erkundet. Vor allem gilt es auch zu erläutern, welche Kriterien ein Weblog erfüllen muss, um als solches definiert zu werden. Kurz: Was macht eine Website zum Weblog?

Das zweite Kapitel behandelt die Diskrepanz zwischen klassischem Journalismus und dem Online- bzw. dem „Bürger-Journalismus“. Es beschäftigt sich insbesondere mit der Frage um das Wesen der Filmkritik und inwiefern die Definition des Terminus aufgrund des neuen Trends des Online-Publizierens zu erweitern ist.

Im dritten Kapitel werden verschiedene Filmblogs, sowohl weniger frequentierte als auch stark frequentierte und somit erfolgreiche Blogs vorgestellt, welche anhand von Beispielen im Hinblick auf ihr Design, jedoch vorrangig auf deren sprachliche Ausformulierung innerhalb der Blog-Artikel (bzw. der Kommentare anderer Blogger) untersucht und in Relation zum Bedürfnis der Internet-User nach medialer Öffentlichkeit, Diskussion und Informations-Austausch im Zeichen eines neuen Netzverständnisses gestellt werden. In weiterer Folge werden die vorgestellten Filmblogs im Hinblick auf deren Inhalt und Qualität mit jenem der beiden Filmwissenschaftler David Bordwell und Kristin Thompson verglichen. Hierbei wird auch das Phänomen untersucht, dass professionelle und erfolgreiche Kritiker, Autoren und Journalisten ebenfalls „online gehen“, um ihr eigenes Blog zu eröffnen und dieses über Jahre hinweg aktiv und mit enormem Zeitaufwand zu betreiben.

Die Gattung der Filmblogs aus einer kreativen und filmwissenschaftlichen Sicht soll jener Gattung der kommerziellen Filmblogs zur Vermarktung von Filmen gegenüber gestellt werden, was im vierten Kapitel explizit anhand einer Auswahl der meist besuchten d. h. der beliebtesten Filmblogs der USA (und somit der gesamten Blogosphäre) erfolgt.

Diese Arbeit erörtert allgemein das Phänomen Weblog in Form von Online-Filmkritiken und dessen Auswirkungen auf die Entwicklung der Schreibkultur sowohl im Internet als auch in den Printmedien. Darüber hinaus werden Filmblogs hinsichtlich ihres positiven bzw. negativen Einflusses auf die Vermarktung von Filmen untersucht und es wird ein Überblick der aktuellen Entwicklungen sowie der Zahlen, Daten und Fakten die Nutzung der Filmblogs betreffend geschaffen, um schließlich die sowohl in der Online-Community als auch die in den Print-Medien stattfindenden Diskussionen und Streitfragen zwischen dessen Befürwortern bzw. Gegnern genauer beleuchten und bewerten zu können.

1.1 Starters and Appetizers

Als thematischer Appetitanreger ist sie schlichtweg notwendig: Eine Einstimmung in das vorliegende Thema mittels Erläuterungen zur Entstehung des Weblogs und dessen Entwicklungsgeschichte, welche gleichermaßen als Navigator innerhalb der Blogosphäre fungiert.

Jene Recherche zum Thema Blog verhält sich jedoch ähnlich zur gängigen Art und Weise, heutzutage Thesen zu bestätigen, welche sich beispielsweise innerhalb eines Gesprächs als angezweifelte und somit als zu beweisende Behauptung etablieren: Als User des Internets ist es möglich, eine getätigte Aussage in kürzester Zeit unter Beweis zu stellen, da Smartphones & Co den Zugang zum Internet rund um die Uhr gewährleisten: Webbrowser öffnen – Schlagwort in die Suchmaschine eintippen – passende Webseite öffnen und die gesuchte Information nachlesen. Im Zuge dieses Verfahrens „stolpert“ man zwangsläufig über ausführlichere, umfassendere Informationen zum gesuchten Begriff und/oder weiterführende Links zu verwandten Themen, die, unter der Voraussetzung des Vorhandenseins von Interessen seitens des Users, befähigt sind, eine kleine Recherche bis ins Unermessliche auszudehnen. Ein Aspekt führt zum nächsten bis der Ausgangspunkt der Recherche unzählige „Klicks“ entfernt liegt.

In Bezug auf die Ausformulierung der Entwicklungsgeschichte des Weblogs scheint es ein Leichtes zu sein, vom Ziel der Recherche und somit vom Thema abzukommen, dabei den roten Faden zu verlieren und für mehr Verwirrung als Klarheit zu sorgen. Die weitläufige Thematik um das Bloggen vermittelt ohnehin den Eindruck, als wäre sie schon immer Bestandteil des Internets gewesen, ähnlich wie die Präsenz von *Google*, *YouTube* und Co. Im Vergleich zum Bestehen des Internets ist das Phänomen Blog recht jung und ist von einer derart schnellen Entwicklung geprägt, dass sich die zu erforschende Thematik stets erweitert. Es bleibt zu erwähnen, dass die Unternehmung der Recherche zur Etymologie des Begriffs Blog nicht nur als spannend und informativ zu bezeichnen ist, sondern dass diese Reise ebenso von einem uneingrenzbaren und unendlichen Charakter geprägt zu sein scheint. Das Internet ermöglicht den Zugang zu unzähligen Quellen und thematischen Zusammenhängen rund um das Bloggen. Somit besteht, wie bereits erwähnt, die schwierigste Aufgabe im Zuge der Darstellung der Entwicklung des Blogs und dessen Begriffserörterung darin, die wichtigsten Ereignisse, sozusagen das Essentielle aus den Unmengen von Daten, die sich während seines Aufkommens im Internet ereignet haben, herauszufiltern, um einen groben Überblick zu seiner Entstehungsgeschichte vermitteln zu können, jedoch einen Überschuss an Erläuterungen zu vermeiden.

Die Vielfalt interessanter, sowie im Zusammenhang mit der Thematik dieser Arbeit, nennenswerter Informationen zur Entstehungsgeschichte des Blogs ist reichhaltig und die Entwicklung sowie der derzeitige Stellenwert des Blogs werden von der Community intensiv diskutiert. Dass das Angebot an Online-Informationen im Vergleich zum literarischen Angebot zum Thema Filmblog (noch) relativ wenig offeriert, liegt mit höchster Wahrscheinlichkeit daran, dass umfangreiche Studien und Untersuchungen, wie sie beispielsweise zum Thema „Polit-Weblogs“ oder auch „Poliblogs“ (politische Weblogs) durchgeführt wurden, im Hinblick auf Filmblogs erst in Zukunft Beachtung finden werden oder derzeit noch in Arbeit sind. Das Internet bietet jedoch, wie bereits erwähnt, eine Fülle an Online-Publikationen und -Quellen, die in dieser Arbeit Erwähnung finden.

1.2 Vom Weblog zum Blog

Untersucht man die Definition des Begriffs „Blog“ steht folgendes im Vordergrund: Es herrscht Einigkeit um seine Etymologie und Bedeutung. Verschiedenste Quellen enthalten in unterschiedlich genauer Ausführung folgende Informationen:

Die Abkürzung „Blog“ steht für den ursprünglich verwendeten Begriff „Weblog“ und setzt sich als Neologismus englischen Ursprungs aus den Begriffen „World Wide Web“ und „log“¹ für logos (griech. für „Wort, Begriff“ wovon sich auch der Begriff „Logbuch“ ableitet) zusammen (vgl. Schmidt 2006: 13; Koch/Haarland 2004: 21). Somit beschreibt der Begriff selbst, dass es sich um eine Art Tagebuch oder Journal handelt.² Das bedeutet nicht, dass Online-Journale erst mit dem Aufkommen der Blogs entstehen, jedoch wurden diese durch die frei verfügbare und benutzerfreundliche Blogging-Software populärer, da es plötzlich jedem möglich war, schnell und einfach eigene Inhalte im Web zu veröffentlichen (Alby 2007: 21; Scholz 2009: 64).

In Hinsicht auf die grammatikalische Geschlechtsgebung des Begriffs „Blog“ ist anzumerken, dass *das* Weblog in seiner Kurzform auf *das* Blog zum Neutrum abgeleitet werden sollte, jedoch ist auf verschiedensten deutschsprachigen Websites, Foren, in

¹ In der Computerwelt fungiert der Begriff „Log“ schon vor dem Bestehen des Weblogs als Bezeichnung für eine „Logdatei“, in welcher das Netzwerkbetriebssystem aufzeichnet, welcher User sich wann eingeloggt hat (vgl. Bartel 2008: 13).

² In der Abhandlung des deutschen Autors und Internet-PR-Experten Rainer Bartel mit dem Titel „Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium“ (2008) sowie nach dem von Prof. Hugh Hewitt, US-amerikanischer Anwalt und Professor für Rechtswissenschaften, veröffentlichten Buch „Blog: Understanding the information reformation that's changing your world“ (2005) wird das Blog mit dem seemännischen „Logbuch“ verglichen, in welchem der Kapitän eines Schiffes die für die jeweilige Fahrt relevanten Ereignisse (Datum, Uhrzeit und Position des Schiffes) vermerkt (vgl. Bartel: 13; Hewitt: IX).

Printmedien und Online-Publikationen und ebenso *in* den Beiträgen der Blogs selbst oftmals von *dem* Blog die Rede, was solchen dem Maskulinum zuordnet (vgl. Bartel 2008: 14)³. In der Ausgabe des Bedeutungswörterbuchs des Dudens aus dem Jahr 2010, wird der Begriff beiden Genera zugeschrieben.⁴ In dieser Arbeit wird der Begriff „Blog“ dem Neutrum zugeordnet.

Als Erfinder des Begriffs „Weblog“ gilt Jorn Barger, dessen *Robot Wisdom Weblog*⁵ immer noch (in seinem 90er-Jahre Design) im Web aktiv ist. Der Begriff taucht erstmals im Jahr 1997 auf dessen Website auf, während weltweit vermehrt die Kurzform „Blog“ verwendet wird, die von Web-Designer Peter Merholz⁶ als Ableitung von Bargers Begriff kreiert wurde (Bartel 2008: 13f, Armbrorst 2006: 34). In dem Essay „Anatomy of a Weblog“ (1999) beschreibt Cameron Barrett die Besonderheit der Blogs, indem er deren häufige Aktualisierung hervorhebt (vgl. 1999; Armbrorst 2006: 34). Barretts Essay zählt zu den Gründungsmanifesten der Blog-Szene, welche zu diesem Zeitpunkt nicht mehr als etwa 30 Blogger zählt (vgl. Bausch/Haughey/Hourihan 2002: 10).

In Ramón Reicherts „Amateurs im Netz“ (2008) wird das Weblog als aus der Kombination von „Kommentaren, Found Footage aus dem Netz, Tagebuch-Einträgen, Aphorismen, Notizen und Essays“ bestehend beschrieben, wobei es „überwiegend der Unterhaltung und der persönlichen Selbstdarstellung im Internet“ dient (vgl. Reichert: 8). Der bemerkenswerte mediale Exhibitionismus, welchen die Autoren eines Blogs-Journals betreiben, ist jedoch mit der Definition des „Internet-Tagebuchs“ im traditionellen Sinne irreführend benannt, da die Blogger „über das eigene Leben unterrichten, wünsch[en] andere zu beeinflussen oder nach Rat such[en]“ (Armbrorst 2006: 44), was im direkten Gegensatz zu den Verfassern traditioneller Tagebücher, die ihre (geheimen) Aufzeichnungen unter Verschluss halten, steht (vgl. ebd.). Die im Jahr 2004 durchgeführte ethnografische Untersuchung amerikanischer Psychologen der Universität Stanford zeigt, dass jene Blogger

³ Bartel erläutert dass sich „nur die Österreicher“ (2008: 14) über den Genus des Begriffs Blog uneinig zu sein scheinen, was angesichts der sprachlichen Formulierung Bartels und der nicht vorhandenen Belegung für seine Behauptung als irrelevant und zudem als politisch inkorrekt zu beurteilen ist.

⁴ „Blog (..), das, auch: der; -s.-s: tagebuchartig geführte öffentlich zugängliche Webseite, die ständig um Kommentare oder Notizen zu einem bestimmten Thema ergänzt wird: sein eigenes/seinen eigenen Blog führen; in einem Blog über die Erlebnisse berichten.“ (Duden 2010: 229)

⁵ Vgl. <http://www.robotwisdom.com>; vgl. auch Wikipedia: Blog.

⁶ „Peter Merholz is a founding partner, board member, and president of *Adaptive Path*. (...) Peter's thought leadership is perhaps most dubiously demonstrated in his coining of the term "blog" in 1999 when it was a nascent genre.“ (<http://www.adaptivepath.com/aboutus/peterme.php>; vgl. Merholz 2002: www.peterme.com/archives/00000205.html.)

ihre Blogs als „social activity, a form of communication in which blogger and audience are intimately related through the writing and reading of blogs“ (Gumbrecht/Nardi/Schiano 2004: 3) betreiben. Wiederum zeigt die Untersuchung „Amateure im Netz“, dass sich das Verständnis der Privatheit und Intimität durch die Online-Praktiken der User gewandelt und dem neuen Umfeld der sozialen Netzwerke angepasst hat (vgl. Reichert 2008).

Die vielen Variationen der Blogs lassen sich in Bezug auf ihre Organisation grundsätzlich in zwei Kategorien unterteilen: Erstere umfasst Weblogs, die von kommerziellen Anbietern betrieben werden und ihren Usern nach erfolgter Registrierung zur Verfügung stehen. Zweitere vertritt jene Kategorie der Weblogs, die von ihren (privaten) Urhebern auf individuellen Servern oder individuellem Webspaces unter einer eigenen Domain betrieben werden. Eine weitere Möglichkeit der Unterscheidung bezieht sich auf die Inhalte der Blogs: Blogs können zu einer unendlichen Anzahl von Themen erstellt werden und mittlerweile existieren Weblogs zu jedem erdenklichen Themenbereich und Genre (vgl. Reichmayr 2006). Da wären Medienweblogs und journalistische Blogs, politische, religiöse, unternehmerische, medizinische Blogs sowie literarische Blogs und Sport-Blogs (vgl. ebd.). Diese werden, wie bereits erwähnt, meist von Einzelpersonen, aber auch von Gruppen und Communities betrieben.

Die meistgewählte Form solcher (Themen-)Blogs, seien es Artblogs, Blawgs (juristische Blogs), Fashionblogs, Funblogs, Jobblogs, Litblogs (literarische Blogs), Wahlblogs, Corporate Blogs (genannte Blogs im Unternehmungsumfeld z.B. Produktblogs, Markenblogs, Eventblogs, Customer-Relationship-Blogs, Krisenblogs) etc. verkörpert das öffentlich einsehbare Journal (vgl. Scholz 2009: 64f). Es kann von einer oder mehreren Personen betrieben werden. Laut Hugh Hewitt ist das Weblog „(...) a diary of sorts maintained on the Internet by one or more regular contributors. Usually just one, sometimes two or three, rarely more than three“ (2005: IX). Zu den Hauptanbietern für Blog-Communities zählen *Blogger.com*, *WordPress.com* und *antville.org*, während auch soziale Netzwerke⁷ wie *Facebook*⁸, *Twitter* und *MySpace* ihren Mitgliedern Blog-Funktionalitäten

⁷ Soziale Netzwerkseiten (Social Network Sites) sind Internetplattformen, welche untereinander vernetzt sind, sodass sie ein soziales Netzwerk schaffen, in welchem Mitglieder eigene Profile anlegen können, um Kontakte zu Bekannten, Freunden und Kollegen zu pflegen oder darüber hinaus neue Kontakte zu knüpfen und Menschen kennen zu lernen. Neben der Möglichkeit, Fotoalben zu erstellen und zu verwalten, können interne Nachrichten oder Posts auf die öffentlich einsehbare Profilseite anderer Mitglieder gesendet werden (vgl. Reichert 2008: 9).

⁸ „Facebook is the second most popular site in the world according to the three-month Alexa traffic rankings. Search engines refer approximately 7% of visits to it. This site has been online since 1997, and the time spent in a typical visit to Facebook is roughly 32 minutes, with 35 seconds spent on each pageview. Relative to the overall population of internet users, this site's audience tends to be users

anbieten, was als „micro blogging“ bezeichnet wird, da hierbei eine beschränkte Zeichenanzahl (meist 160 Zeichen) zur Eingabe des Textes vorliegt. Außerdem können Blogs im Hinblick auf die Art und Weise des Bloggens unterschieden werden: Es kann sich um textbasierte Blogs handeln, es sind aber auch Audioblogs (gesprochene Blogs) oder Podcasts, sowie Fotoblogs (Kommunikation über Bilder) und Videoblogs (Vlogs) eine stark verbreitete Form des Bloggens (vgl. Reichmayr 2006).

In Bezugnahme auf das Aussehen der Blogs lassen sich augenscheinliche Kriterien erkennen, welche sich nach und nach herausgebildet haben und anhand derer man beurteilen kann, ob es sich bei einer Website tatsächlich um ein Blog handelt (vgl. Bartel 2008: 14). Vordergründig gelten hierbei vier nennenswerte Eigenschaften, die das Blog als solches kennzeichnen: (A) Chronologie: Jeder Beitrag ist mit einem Zeitstempel, der Auskunft über Datum und (lokaler) Uhrzeit der Veröffentlichung des jeweiligen Beitrags gibt, versehen. Blog-Beiträge sind rückwärts chronologisch sortiert, d. h. der aktuellste Beitrag nimmt i. d. R. die erste Position der Startseite ein (vgl. ebd.). Die meisten Blogs bieten dem User zusätzlich eine Suchfunktion an, um das Blog z.B. nach Themen oder Verfassern zu durchsuchen und die Beiträge ihren zugehörigen Kategorien nach zu ordnen, wobei diese rückwärts chronologisch aufgelistet bleiben; (B) Aktualität: Die meisten Beiträge nehmen „Bezug auf aktuelle Ereignisse oder aktuelle Erlebnisse des Autors“ und werden „in relativ kurzen Abständen eingestellt.“ (Ebd.); (C) Interaktion: Die Leser eines Blogs können zu jedem einzelnen der Beiträge Stellung nehmen, indem sie jene kommentieren; (D) Internet-Bezug: „In aller Regel enthalten Beiträge Links – entweder auf die Fundstellen oder auf weiterführende Informationen. Links auf andere Blogs (sog. „Trackbacks“) sind üblich.“ (Bartel 2008: 15)

Was Bartel aus seinen Beobachtungen schließt, sind die Ergebnisse der am häufigsten in Erscheinung tretenden Formen von Blogs, jedoch gibt es keine Richtlinien zu dessen Erstellung. Markante Unterschiede scheint es in punkto Blog-Design zwischen privat-organisierten und kommerziell-organisierten Blogs zu geben: Kommerzielle Weblogs verfügen des Öfteren über ein professionelles und eigens für das jeweilige Blog erstellte Design, während „Hobbyblogger“ ihr Weblog oftmals mit Hilfe von Social Softwares (z.B.

who browse from school and home; they are also disproportionately women who have postgraduate educations.” (<http://www.alex.com/siteinfo/facebook.com>)

Wordpress.com), die in ihrer Gestaltung etwas eingeschränkter sind, da sie nach Vorlagen (Templates) erstellt werden, kreieren.⁹

1.3 Blogs, Links und Content Management Systems

Nach Rainer Bartel, Autor des Buches „Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium“ (2008), sei es ein Irrglaube, „dass Blogs von Anfang an so etwas wie Tagebücher im Web waren.“ (Bartel: 10) Als Wurzel des Internet-Mediums vermerkt er die sog. „Link-Liste“:

„Bereits in den Tagen der ersten Websites fand man auf fast jeder Homepage auch eine Liste mit Web-Adressen, die der Betreiber seinen Besuchern empfahl. Mit wachsender Zahl solcher Homepages wurde das Web immer unübersichtlicher, und viele Anwender wünschten sich mehr Orientierung. In dieser Zeit – etwa um das Jahr 1998 herum – erschienen beispielsweise Bücher, die nichts anderes enthielten, als kommentierte Link-Listen. Gleichzeitig gewannen die Internet Suchmaschinen (zunächst *Altavista*, *Lycos* und *Yahoo*, später natürlich *MSN* und vor allem *Google*) an Bedeutung. Die Link-Bücher verschwanden bald wieder – sie konnten die notwendige Aktualität naturgemäß nicht gewährleisten –, und die Suchmaschinen nahmen zunehmend die Rolle von ‚Telefonbüchern‘ ein.“ (Bartel 2008: 10)

Laut Bartel begannen Internet-User zwischen 1999 und 2001 die ersten „Bookmark-Plattformen“ zu erstellen, sodass Web-User ihre gefundenen und empfohlenen URLs im Web publizieren konnten.¹⁰ Im Zeitalter des Blogs treten solche Empfehlungen als Link-Listen in Form von „Blogrolls“, die als Auflistung auf den Startseiten der Blogs zu finden sind, in Erscheinung.

Bis gegen Ende der 90er Jahre war die Internet-Community in zwei Sparten von Nutzern geteilt: Es gab einerseits die technisch versierten Informatiker, Programmierer und Web-Designer, welche den damaligen Bestand der Blogger-Community ausmachte und Blogs auf eigenen Servern oder gemietetem Webspace betrieb (vgl. Armbrorst 2006: 34). Andererseits gab es die weniger erfahrenen Internetnutzer, welche „statische ‚Homepages‘ –

⁹ Zur Erstellung eines Weblogs kann entweder „eine Software benutzt werden, die auf dem eigenen Server zur Verfügung gestellt, oder aber eine Web-basierte, die auf dem Server des Software-Anbieters gehostet wird.“ (Kniffel 2009: 64)

¹⁰ „Dort konnten fleißige Surfer ihre Favoriten speichern und die Listen zugänglich machen. Diese Rolle nehmen heute noch Plattformen wie del.icio.us, Mister Wong, YIGG und Linkarena ein. (...) Außerdem haben Sie damit Zugriff auf alle Ihre Favoriten im Internet und können diese von jedem Rechner aus nutzen. So werden Bookmark-Plattformen zu wertvollen Werkzeugen für engagierte Blog-Leser.“ (Bartel 2008: 11)

in vielen Fällen dilettantisch wirkende und technisch unzulängliche Seiten, deren Betreiber oftmals nichts mitzuteilen hatten“ (ebd.)¹¹ veröffentlichten.

„Das ‚Web 1.0‘ bestand also weitestgehend aus einzelnen statischen Webseiten, die miteinander verlinkt waren, und wer nicht das technische Wissen sowie einen Zugang zu der notwendigen Infrastruktur besaß, hatte kaum eine Chance, selbst Inhalte zu veröffentlichen. Den Usern bot das Netz zwar ein gewisses Maß an Interaktivität, da sie selbst entscheiden konnten, wann sie welche Seite aufrufen oder in Chats und Foren miteinander kommunizieren konnten, das eigentliche Erstellen von Webinhalten blieb aber zunächst den Programmierern der Websites vorbehalten, und die Nutzer wurden nur bedingt einbezogen.“ (Scholz 2009: 55)

In den Jahren 1997 bis 1999 war es für Normalanwender des Internets also praktisch unmöglich, ohne fremde Hilfe Inhalte im Web zu publizieren, da man damals als Privater recht bewandert in der Seitenbeschreibungssprache *HTML* („Hyper Text Mark up Language“) sowie in der Handhabung und Verwaltung von Webspace sein musste (vgl. Bartel 2008: 12). Diese große Voraussetzung technischen Know-hows sollte bald entschärft werden: Zu Beginn des neuen Jahrtausends wurde das Web interaktiver, dynamischer und die User erlangten durch neue benutzerfreundliche Web-Anwendungen die Möglichkeit, beispielsweise innerhalb von Blogs oder Wikis¹² eigene Webinhalte zu erstellen (vgl. Scholz 2009: 55f.). Im Vergleich zu Blogs sind alle User von Wikis i. d. R. gleichberechtigt und können Artikel, welche nach Themen geordnet gesammelt werden, ändern, erweitern oder sogar von Grund auf selbst verfassen (vgl. Hein 2006: 39), während Blogs auch von lediglich einem Autor (somit gleichzeitig dem Urheber) betrieben werden können. Als Rangführer unter den Wikis gilt die Online-Enzyklopädie *Wikipedia*, in welcher (wie auch in anderen Wiki-Projekten) die sog. „Wisdom of Crowds“, die kollektive Intelligenz zum Tragen kommt (vgl. Alby 2007: 88; Scholz 2009: 67). Da dieses kollektive Wissen in solch einem offenen System auch zahlreichen Gefahren wie dem Missbrauch der Bearbeitungsfunktion oder der Verunstaltung von Artikeln ausgesetzt ist, gelten Wikis nicht als „sichere“ Quelle (vgl. Scholz 2009: Ebd.).

Das Medium Blog ist u. a. auf die Technologie der sog. „Open Source Software“ (auch als freie Software bezeichnet) zurückzuführen, welche dem Nutzer den Zugang zu Quellcodes ermöglicht, sodass dieser eine Anwendung beliebig verändern kann. Unter

¹¹ „Vor allem aus diesem Grund ist der Begriff ‚Homepage‘ heute diskreditiert. Private Anbieter bevorzugen den Begriff ‚Website‘, kommerzielle Anbieter sprechen von einem ‚Web-Angebot‘ oder einer ‚Internetpräsenz‘.“ (Armborst 2006: 34).

¹² „Ein Wiki archiviert Webseiten, die von den Benutzerinnen und Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können. Wikis ermöglichen es verschiedenen Autorinnen und Autoren, gemeinschaftlich an Texten zu arbeiten.“ (Reichert 2008: 8f.) Die Bezeichnung „Wiki“ leitet sich vom hawaiianischen Wort „Wiki Wiki“ ab und bedeutet „schnell“ (vgl. Möller 2006: 170).

dieser Software entstanden auch die Wikis und CMS („Content Management Systems“) (vgl. Scholz 2009: 63). Das Wesen des CMS ist es, dass Inhalte einer Website (Texte, Bilder, Grafiken etc.) getrennt von der Programmierung ihres Designs in Datenbanken aufbewahrt und per Webbrowser gepflegt werden können (vgl. Bartel 2008: 12).¹³ Das CMS stellt, mit seinen dahinter liegenden Techniken RSS („Really Simple Syndication“)¹⁴, MySQL (freie Datenbank) und PHP (offene Skriptsprache zur Programmierung von dynamischen Websites), die Grundlage des vereinfachten, offenen Publizierens im Internet dar (vgl. Zerfaß/Boelter 2005: 20). Somit sei jedes Blog-System immer auch ein CMS, das dem Betreiber eines Blogs dazu dient, neue Beiträge direkt im Webbrowser zu verfassen und vorhandene Beiträge zu bearbeiten oder andere Elemente seines Blogs zu gestalten (vgl. Bartel 2008: 13). Nachdem mittlerweile jeder interessierte Normalanwender befähigt ist, ohne aufwendige Produktionsverfahren, teure Produktionsmittel und „schwierig“ sich anzueignendes Know-How zum Online-Autor zu werden, bieten sich auch mehr Gelegenheiten, um via Online-Portale, selbstkreierte Blogs, etc. beliebige Inhalte zu veröffentlichen. Dies umfasst im Grunde genommen das Wesen des „Web 2.0“, das „alle neuen Entwicklungen, welche die veränderte Wahrnehmung sowie Nutzung des WWW beschreiben, mit dem Hauptaspekt, dass die Benutzer die im Netz bereitgestellten Inhalte auch zunehmend selbst erstellen, modifizieren und untereinander austauschen können,“ (Scholz 2009: 56) charakterisiert.

| „Web 1.0“ | „Web 2.0“ |
|---|---|
| Statische Inhalte | Dynamische Inhalte |
| Trennung von Anbietern und Nutzern | Fließende Grenzen |
| Erstellung der Webinhalte durch Fachleute | Alle Nutzer können Inhalten selbst erstellen |
| Keine oder stark eingeschränkte Eingriffsmöglichkeiten der User | Großes Ausmaß an Interaktivität und Partizipation |
| Gestaltung mit Texten und Bildern | Multimediale Gestaltung der Websites |

¹³ „Nachdem Komponenten wie Linux (Betriebssystem), Apache (Web-Space-Verwaltungssystem), MySQL (Datenbanksystem) und PHP (Website-Programmiersprache) als Open-Source-Software für Interessierte jeder Kompetenzstufe verfügbar wurden, entstanden neben dem hochkomplexen und teurem CMS der Softwareindustrie, kleine und schnelle Systeme mit eingeschränktem Funktionsumfang, die vergleichsweise einfach zu installieren und mit geringem Wissensstand zu nutzen waren.“ (Bartel 2008: 12)

¹⁴ RSS bildet gemeinsam mit Atom die beiden Standardformate für die sog. Feeds (vgl. Kienitz 2007: 22) das ein Protokoll zur Syndizierung von Inhalten darstellt. Feeds können von Usern abonniert werden und liefern dem Empfänger automatisch Informationen über neue Einträge auf der zugehörigen Website, ohne diese manuell aufrufen zu müssen. So werden aktuellste Nachrichten, Börsen- und Wetterdaten, Podcasts und Blogeinträge regelmäßig empfangen.

Tabelle 1: Erweiterung des „Web 1.0“ zum „Web 2.0“

Jene wesentlichen Merkmale des Web 2.0, das aufgrund seiner sozialen Struktur oft auch als „Social Web“ bezeichnet wird, führten zu einem neuen Selbstverständnis der User innerhalb des WWW. Die Phänomene der „Identitätsarbeit“ und der „Selbstnarration“ (vgl. Reichert 2008), welche innerhalb der Blogs, Wikis, Chats und Foren stattfinden, basieren u.a. auf Innovationen im Software-Bereich wie sie unter dem Begriff „Social Software“¹⁵ zusammengefasst werden: Allgemein kann man dem Begriff jene Systeme zuordnen, welche „die Kommunikation, Interaktion und Zusammenarbeit von Menschen unterstützen.“ (Kienitz 2007: 33) Diese sozialen Systeme basieren auf der Selbstorganisation der Nutzer: Die Anbieter stellen lediglich die benötigte Infrastruktur zur Verfügung, was bedeutet, dass die User von Beginn an am Aufbau des Systems beteiligt sind und selbst Inhalte in Wikis, Blogs, etc. veröffentlichen, sich untereinander vernetzen und so einen „sozialen Über-Raum“ (Scholl/Neef 2006: 3) schaffen, der es erlaubt, innerhalb einer Community neue Kontakte beruflicher und freizeitlicher Natur aufzubauen (vgl. Scholz 2009: 58).

In der Online-PR Untersuchung „Social Media in der Medienarbeit“ (2010) definiert Marcel Bernet alle Möglichkeiten des Austausches im Netz als „Social Media“: „Soziale Netzwerke, Blogs, Foto- und Videoportale oder auch Webseiten mit Kommentarfunktion“ (Bernet 2010: 9) verkörpern *alle* Möglichkeiten, jedoch sei dies erst der Beginn einer Entwicklung, denn „Social Media“ sei heute dort, „wo das Radio 1912 war, das Fernsehen 1950 oder das Internet 1995. Menschen und ihr Bedürfnis nach Austausch werden bestimmen, wo wir in 10 Jahren stehen.“ (Bernet 2010: 9f.) Er fügt hinzu, dass der Begriff „Social Media“ bis dahin verschwunden sein könnte – „(...) was bleiben wird ist die grundlegende Veränderung der Kommunikation hin zu mehr Mitwirkung und Dialog.“ (Ebd.) Und die Zahlen sprechen für sich: Zu Beginn des Jahres 2010 „wurden wöchentlich 3,5 Milliarden Nachrichten, Links oder Videos auf Facebook geladen oder täglich 25 Millionen Kurznachrichten über Twitter abgesetzt.“ (Ebd.) Ein unüberbietbarer Höhepunkt, sollte es einen geben, ist bisher noch nicht in Sicht.

¹⁵ Der Begriff wurde erstmals 1987 von K. Eric Drexler im Zuge einer Hypertext-Konferenz verwendet, wobei der Terminus seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts durch das verstärkte Aufkommen von Webapplikationen wie Weblogs und Wikis vermehrt gebraucht wird (vgl. Ebert 2006: 21; Scholz 2009: 57).

1.4 Vom Blog zur Blogosphäre innerhalb der Web 2.0 –Ära

„One of the most highly touted features of the Web 2.0 era is the rise of blogging. Personal home pages have been around since the early days of the web, and the personal diary and daily opinion column around much longer than that (...).“ (O'Reilly 2005)

Das im Frühjahr 2004 von Tim O'Reilly und Dale Daugherty, Mitarbeiter des Computer-Fachverlags O'Reilly, verkündete Marketing-Buzzword „Web 2.0“ beschreibt das Netz als nicht-hierarchisches, freizugängliches und benutzerfreundliches Community-Web (vgl. O'Reilly 2005), in welchem eine aktive Vernetzung der User stattfindet, die aus Empfängern endlich Sender und aus „ferngesteuerten“ Konsumenten endlich selbstbestimmte Produzenten macht (vgl. Brecht 1932; Enzensberger 1970; Reichert 2008: 37). O'Reilly selbst definiert den Begriff als „a set of economies, social, and technology trend that collectively form the basis for the next generation of the Internet – a more mature, distinctive medium characterized by user participation, openness and network effects.“ (Musser/O'Reilly 2006: 4)

Der ungehinderte und freie Austausch von Informationen innerhalb einer Amateurkultur der Partizipation, welche durch die bereits erläuterte Social Software bewerkstelligt wird, hat sich im Internet etabliert und wird anhand des „Web 2.0“- Begriffs charakterisiert. Im allgemeinen Sprachgebrauch versteht man unter dem Web 2.0 das so genannte „neue Netzverständnis“ (vgl. Lennartz 2006)¹⁶. Die Plattformen *YouTube*¹⁷, *Wikipedia*¹⁸ und *Flickr* zählen hier als Paradebeispiele. Weblogs gelten ebenso als Web 2.0-Erfindung, wobei hier differenziert werden muss: Blogs stellen, wie bereits erwähnt, im Grunde nichts anderes als eine neue, erweiterte Form des Homepage-Konzepts dar. Anstelle von starr in Ordner und Baumdiagramme sortierten Inhalten, werden jene kalendarisch und (höchstens) auf zweiter Ebene nach inhaltlichen Gemeinsamkeiten sortiert.

¹⁶ Das *Dr. Web Magazin* wird von Geschäftsführer der *Smashing Media GmbH* Sven Lennartz herausgegeben (vgl. 2006).

¹⁷ “Youtube.com is ranked #3 in the world according to the three-month Alexa traffic rankings. Roughly 22% of visitors to the site come from the US. It has a bounce rate of about 25% (i.e., 25% of visits consist of only one pageview), and Youtube.com has been online since 2005. The site belongs to the ‘Video Sharing’ category.“ (www.alexam.com/siteinfo/youtube.com)

¹⁸ “Wikipedia is ranked #8 in the world according to the three-month Alexa traffic rankings. About 50% of visits to the site are bounces (one pageview only). The site belongs to the ‘Wikipedia’ category. Visitors to Wikipedia.org spend approximately five minutes per visit to the site and 60 seconds per pageview. Relative to the overall population of internet users, this site's audience tends to be users who browse from school and work; they are also disproportionately childless people aged under 35 and over 65 who have postgraduate educations.“ (www.alexam.com/siteinfo/wikipedia.org)

Markant ist allerdings der spezielle Schreibstil der Blogs. Bemühte man sich ehemals auf Homepages um abgeschlossene Inhaltsbeiträge mit einem repräsentativen Anspruch, so werden Blogseinträge gezielt subjektiv, persönlich, ungeschliffen, zeitbezogen und vor allem mit aktuellen Querverweisen versehen veröffentlicht. Dieser Stil und das kalendarische Konzept prägen die Erscheinungsform des Blogs, was es aber nicht zur Web 2.0-Erfindung per se macht. Im Sinne des *neuen Netzverständnisses* wird ein *Weblog* durch das Teilen der Inhalte zum *Weblog 2.0*: Das meint hier die Verschlagwortung und Weitergabe der Schlagworte in Form von *Tags* und *Pings*¹⁹ sowie *Trackbacks*²⁰.

Die Interaktivität unter den Bloggern wird außerdem durch die bereits erwähnte *Blogroll*, einer Auflistung von Links zu anderen Blogs, welche als Empfehlung vom Betreiber des Blogs angeführt werden kann, unterstützt. Durch sie zeigen Blogger, welche Blogs sie selbst gerne lesen und mit welchen Bloggern sie in Kontakt stehen (vgl. Bartel 175), ganz im Sinne von: „Zeig mir deine Blogroll und ich sage dir, wer du bist!“ Innerhalb der Beiträge von Blogs ist das Verlinken auf andere Artikel, auf welche textübergreifend Bezug genommen wird, üblich. Aus diesem Grund verfügt jeder Blog-Beitrag über einen permanenten Link, dem *Permalink*, welcher sicher stellt, dass dieser unter einer festen, eindeutigen Adresse zu finden ist, was *Permalinks* somit sehr wichtig für die Vernetzung der Blogs untereinander macht (vgl. Maurice 2007: 133).²¹ Die Kommentarfunktion der Blogs, die oftmals zu ausführlichen und umfangreichen Diskussionen der Blogger untereinander genutzt wird, gilt als ein weiterer höchst interaktiver Aspekt den die „Kommunikationsform Blog“ (Reichmayr 2006) umfasst, die „Insellösung Homepage“ auflöst und zur Plattform der Partizipation einer großen Netzgemeinde erweitert (vgl. Lennartz 2006).

Durch die Ära des Web 2.0 erweiterten sich das Publizieren zum Partizipieren, Content Management Systems wurden zu Wikis, *mp3.com* wurde zu *Napster* und Personal

¹⁹ Der Begriff „Tagging“ wird im Sinne eines *gemeinschaftlichen Indexierens* verstanden, wonach der *Blogger* die Wahrscheinlichkeit, dass seine Einträge über Blog-Suchmaschinen wie *Blogdex*, *Daypop*, oder *Technorati* gefunden werden, erhöht. Je nach Software können Tags aus einem oder mehreren Begriffen bestehen, während Blogsoftwares wie *WordPress* dem User diese Arbeit abnehmen und automatisch taggen/pingen (vgl. Armbrorst 2006: 48).

²⁰ Trackbacks, welche in Verwendung zur Förderung der Interaktion zwischen Bloggern dienen, werden als Link (oder als kurze Nachricht) an den Ursprungs-Eintrag angehängt, um die Verbindung zwischen dem Autor des Eintrags und einem anderen Blogger herzustellen, der sich in seinem eigenen Blog auf eben diesen Ursprungs-Eintrag bezieht (vgl. Armbrorst 2006: 48).

²¹ Der *Permalink* ist eine einmalig definierte Adresse und sorgt dafür, „dass ein Beitrag sowohl innerhalb des Blogs als auch von außen jederzeit direkt angesteuert werden kann. WordPress erzeugt für jeden Beitrag automatisch einen solchen Permalink (...).“ (Bartel 173) Die Betitelung eines jeden Beitrags ist mit dem permanenten Link hinterlegt, „sodass ein Klick auf die Überschrift die Seite des Beitrags aufruft.“ (Ebd.)

Websites wurden zu jenen Blogs (vgl. O'Reilly 2005), welche Medien demokratisieren und Zugangsbarrieren niederreißen, „die seit Anbeginn der menschlichen Schriftkultur privilegierte Sender von Empfängern getrennt haben“ (Bartel 2008: 7).

| „Web 1.0“ | | „Web 2.0“ |
|------------------------------|---|--|
| DoubleClick | → | Google AdSense |
| Ofoto | → | Flickr |
| Akamai | → | BitTorrent |
| mp3.com | → | Napster |
| Britannica Online | → | Wikipedia |
| personal websites | → | blogging |
| evite | → | upcoming.org and EVDB |
| domain name speculation | → | search engine optimization |
| page views | → | cost per click screen scraping |
| web services publishing | → | participation content management systems |
| wikis directories (taxonomy) | → | tagging ("folksonomy") |
| stickiness | → | syndication |

Tabelle 2: "Sense of Web 2.0"

Innovationen im Software-Bereich sind jedoch nur Teilverantwortliche des Blog-Booms: Das kontinuierliche Schreiben innerhalb eines Blogs sei „also a profoundly human phenomenon, a way of expanding and, in some sense, reifying the ephemeral daily conversation that humans engage in“ (International Herald Tribune 2005: 4; Armbrorst 2006: 37). Eine menschliche Dimension des Weblog-Phänomens und der Einsatz des Blogs als Ventilfunktion seitens der User zeigten sich vor allem nach den Ereignissen des 11. Septembers 2001 in den USA:

„Unmittelbar nach den Anschlägen veröffentlichten Augenzeugen ihre Berichte, Fotos und Videosequenzen in Weblogs. (...) Darüber hinaus fanden tausende Amerikaner mit großem Mitteilungsbedürfnis in Blogs die ideale Plattform, um sich mitzuteilen.“ (Armbrorst 2006: 37)

Mit den Terroranschlägen auf das *World Trade Center* in New York und dem Beginn des sog. „War on Terror“, setzte eine Politisierung der Weblog-Szene ein, „die schließlich in die Entwicklung des ‚Warblog‘-Typs mündete.“ (Ebd.) Ein irakischer Architekturstudent veröffentlichte unter dem Pseudonym „Salam Pax“ selbstverfasste Berichte aus dem Irakkrieg, welche rasant das öffentliche Interesse auf sich ziehen konnten (vgl. Thilloßen 2008: 225).

“The first blog appeared in 1999. Give or take a year. There are now more than 4,000,000 blogs. Think about that. From 1 to 4,000,000 in five years.” (Hewitt 2005: IX)

Nach Professor Hewitt wurde die breite Masse auf das Medium Blog genau dann aufmerksam, als jenes politische Aktualitäten thematisierte:

“An entire universe of *poliblogs* sprang up to do commentary on politics and, necessarily, about media. These blogs raised huge sums of money for candidates, changed the contours of citizen political participation, and altered the course of 2004 presidential election. Another wave arose after 9/11, generally called *warblogs*.” (Hewitt: IXf.)

In Bezug auf die politische Macht, welche Hewitt dem Medium Blog zuspricht, erscheint die Rolle seiner Person innerhalb dieses Kontexts als beachtenswert. *HughHewitt.com* ist eine jener Websites, die im Jahr 2004 den US-Wahlkampf zwischen George W. Bush und John Kerry detailliert dokumentierte und vor allem kommentierte. Hewitt publiziert seine Blog-Beiträge aus persönlichen, politischen und beruflichen Interessen²²:

“Between 6:00 AM on September 30, 2004, and 6:00 PM October 1, 2004, more than 130,000 internet users visited HughHewitt.com. They did because the first presidential debate between George W. Bush and John Kerry was conducted on the night of the thirtieth, and folks wanted my take on pre- and post-debate political setting, as well as my continually updated analysis of the debate as it took place. (...) My readers knew about this collision with facts within minutes of Kerry’s answers as I posted the analysis in real time. Four years earlier I had delivered commentary in short sentences over radio and television, but with interruptions, commercials, and shared-time, it was difficult to offer an extended analysis of the Bush-Gore contest.” (Hewitt 2005: Xf.)

Auf die selbe Weise wurde u. a. auch Glenn Reynolds Blog *InstaPundit* bekannt und konnte zur ersten Hälfte des Jahres 2004 mehr als 100.000 Besucher pro Tag verzeichnen, wobei der Schnitt an Besuchern unmittelbar vor den Wahlen im September 2004 bei 257.000 Nutzern lag (vgl. Bear 2005; Armbrorst 2006: 38).

Als europäisches Äquivalent eines US-Politblogs gilt *Il Blog di Beppe Grillo* (www.beppegrillo.it) des italienischen Schauspielers und Comedians Giuseppe Piero Grillo, der in öffentlichen Veranstaltungsinstitutionen auftritt, um auf satirische Weise über Energiepolitik, Korruption, Meinungsfreiheit und Finanzskandale seines Landes zu referieren.

²² “Hewitt writes daily for his blog, HughHewitt.com, which is among the most visited political blogs in the U.S. He is also a weekly columnist for The Washington Examiner and Townhall.com.” (Hewitt 2010: http://www.hughhewitt.com/pages/about_hugh)

Grillo ist der Urheber der Protestinitiative „V-Day“²³ sowie der Operation „Parlamento Pulito“ (sauberes Parlament), in welcher er sich dafür einsetzt, jene italienischen Mitglieder des EU-Parlaments aus ihrem Berufsstand zu entlassen, die in kriminelle Straftaten verwickelt oder jemals dafür verurteilt worden sind (vgl. Aldred et.al. 2008). Sein täglich aktualisiertes Blog, welches in italienischer, englischer und japanischer Sprache einzusehen ist, befand sich im Jahr 2008 zeitweise unter den meistbesuchten Blogs weltweit²⁴, verlor nach und nach jedoch an Aufmerksamkeit. Derzeit beinhaltet das Blog Artikel zum Sex-Skandal des Ministerpräsidenten Silvio Berlusconi (vgl. www.beppegrillo.it Stand: 16.02.2011).

Aufmerksamkeit erregt das Warblog- bzw. das Politblog-Phänomen im deutschsprachigen Raum während des Irak-Kriegs und des darauffolgenden Wahlkampfes um die amerikanische Präsidentschaft im Jahr 2003 – jedoch in einem viel geringeren Ausmaß als in den USA. Eine nähere Beschäftigung mit Warblogs und deren Berichterstattung in den deutschsprachigen Medien erfolgt erst Mitte des Jahres 2005 (vgl. ebd.), im selben Jahr, in dem es im Dezember aktuelle Vor-Ort-Berichterstattung via Blogs über die Situation unmittelbar nach der Tsunami-Katastrophe im Pazifik gibt (vgl. Thilloßen 2008: 255).

Diese enorme Entwicklung von Resonanz, Reichweite und Relevanz der Blogs wie sie in den USA vorherrschend ist, liegt in Deutschland hinsichtlich der aktiven und passiven Blogaktivitäten zwar noch weit hinter den meisten westlichen Ländern (vgl. Neuberger/Nuernbergk/Rischke, 2007: 97-102), jedoch scheinen sich Weblogs allmählich auch hierzulande zu einem erkennbaren Format der Internetöffentlichkeit zu entwickeln (vgl. Hohlfeld/Dörsam 2008: 95). Auch Anhand des Beispiels deutschsprachiger Tages- und Wochenzeitungen ist die zunehmende Verbreitung und Entwicklung des Blog-Mediums zu zeigen, da diese beginnen, Weblogs in ihr bestehendes Online-Angebot zu integrieren (vgl. Schmidt, 2006: 121).

„Sei es, dass sie wie *Die Zeit*, *Handelsblatt* und *Süddeutsche Zeitung* für führende Redakteure promovierte Blogs einrichten oder wie *Focus Online* Politiker, Sportler und Wirtschaftsanalysten zum kontinuierlichen Bloggen verpflichten. Die Folge: Klassischer Journalismus im Internet und die Blogosphäre überlappen sich (...).“ (Hohlfeld/Dörsam 2008: Ebd.)

²³ „V-Day“ steht für „Vaffanculo-Day“, was im Deutschen so viel wie „Leck-mich-am-Arsch-Tag“ bedeutet und sich gegen überbezahlte italienische Politiker richtet. Diese Initiative zählt über 50.000 Mitglieder (vgl. www.beppegrillo.it).

²⁴ Vgl. dazu Aldred et. al. 2008, wo das Blog auf Platz 9 der „World’s 50 Most Powerful Blogs“ steht; vgl. auch www.de.wikipedia.org/wiki/Beppe_Grillo (Stand: 16.02.2011).

Die Gefahr, „dass den Mainstreammedien durch Weblogs hinsichtlich der Aufmerksamkeitsverteilung das Wasser abgegraben und die Thematisierungskompetenz streitig gemacht wird“ (ebd.), scheint Beachtung zu finden, sodass Medienhäuser nach dem napoleonischen Motto „Wenn Du Deine Feinde nicht besiegen kannst, verbünde Dich mit ihnen“ reagieren und seit Beginn des Jahres 2005 renommierte Blogger „einkaufen“ oder „fähige (...) renommierte Talking Heads des eigenen Hauses bloggen [lassen], um diese Sparte publizistisch abzudecken.“ (Ebd.)

Neben den Blogs der Medienhäuser gibt es in der deutschsprachigen „Teilsphäre der Blogosphäre“ (Hohlfeld/Dörsam 2008: 96) im Vergleich zu den USA, wo bereits viele A-Blogs bestehen, die über 1000 Besucher pro Tag verzeichnen, kaum nennenswerte Referenzmedien und vergleichsweise wenige Marken-, Leit- und Meinungsführerblogs (vgl. ebd.). Das Ausmaß an Einfluss und Bedeutung, welches deutschsprachigen journalistischen und politischen Blogs nach und nach zugesprochen wird, verhält sich äquivalent zu dem Ausmaß der auf Blogs gerichteten Beachtung der Öffentlichkeit, wobei der Blogging-Trend im deutschen Sprachraum (ohne ihn in Relation mit der weit mehr fortgeschrittenen Blog-Entwicklung im US-amerikanischen Raum zu setzen) immer mehr an Zuwachs gewinnt.

Der seit dem Jahr 2004 jährlich veröffentlichte Bericht zum Status der Blogosphäre auf der Blog-Suchmaschine *Technorati.com*, verkündet im Jahr 2010 „mobile blogging“ (Bloggen via Mobil-Telefon)²⁵ als „key trend“ des Jahres und dass sich die Grenzen zwischen Blogs, Mikro-Blogs und sozialen Netzwerken gänzlich aufgelöst haben (vgl. Sobel 2010a: 1). Im Zuge der von *Technorati* durchgeführten Umfrage (in englischer Sprache mit Teilnehmern aus über 24 Ländern – nahezu die Hälfte davon aus den USA), konnten 65% der 7200 befragten Blogger den „Hobby-Bloggern“ zugeordnet werden, wobei bereits 21% als „Self Employed-Blogger“ tätig sind (siehe Abb. 1).²⁶

²⁵ “Though the smartphone and tablet markets are still relatively new and most analysts expect them to grow much larger, 25% of all bloggers are already engaged in mobile blogging. And 40% of bloggers who report blogging from their smartphone or tablet say that it has changed the way they blog, encouraging shorter and more spontaneous posts.” (Sobel 2010a)

²⁶ “Hobbyists say they blog for fun, and do not report any income from their blog. It’s not surprising, therefore, that 51% say they blog to express their personal musings, and 74% say they measure the success of their blog according to their level of personal satisfaction. (...) Self-Employees – After Hobbyists, Self-Employees make up the largest cohort, representing 21% of bloggers. Such bloggers say they ‘blog full time or occasionally for their own company or organization.’ 57% say they own a company and have a blog related to their business, while 19% report that their blog is their company. 65% say they manage their blog by themselves. Reflecting their professional nature, Self-Employees are the most likely to blog about business, with 62% saying they have much greater visibility in their industry because of their blog.” (Sobel 2010b)

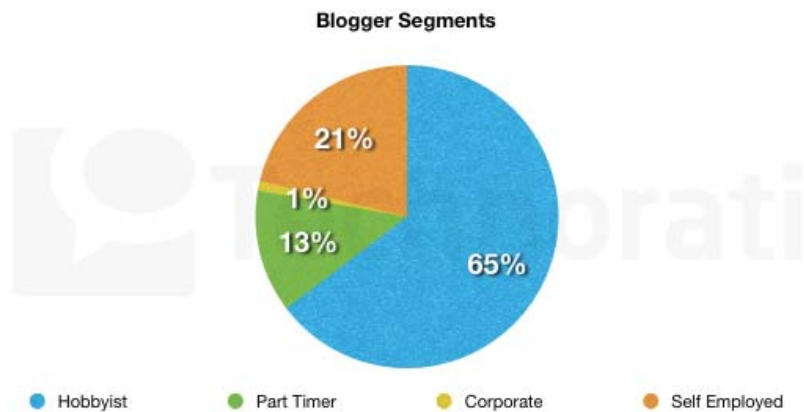


Abbildung 1: "Blogger Segments"

Hobby-Blogger überragen demnach „angestellte“ Blogger oder jene, die eine eigene Firma führen. Die Frage danach, wer diese Blogger sind, soll im folgenden Kapitel genauer untersucht werden.

1.5 Wer sind die Blogger?

Eine Untersuchung, die von *TheBlogHerald* (www.blogherald.com) durchgeführt wurde, zeigt innerhalb der „State of The Blogosphere Infographic“ (siehe Abb. 2) spezifizierte Ergebnisse, die Antworten auf folgende Fragen liefern sollen: Wer bloggt? Nach welchem Motiv wird gebloggt? Wieviel Zeit und Geld wird investiert? In welchen Sprachen wird überwiegend gebloggt und wo sind Blogs am meisten verbreitet?

Das ermittelte „Blogger Profile“ zeigt, dass 67 % der befragten Blogger männlich und 33 % weiblich sind sowie dass sich 61 % davon im Alter zwischen 18 und 44 Jahren bewegen. Die Ergebnisse der Untersuchung zeigen außerdem, dass der durchschnittliche durch Blogs erzielte Gewinn etwa das 10-fache vom Wert der Investition für das Blog beträgt. Die meisten „Hobbyists“, die oftmals gar keinen Gewinn durch das Bloggen erzielen, investieren dennoch rund 1,500 US-Dollar in ihre Weblogs (siehe Abb. 3).

„After all blogging is not a cheap task it seems and part timers invest even more in their blogging habits, more than \$10,000, with rather low profit.“ (Branckaute 2010)

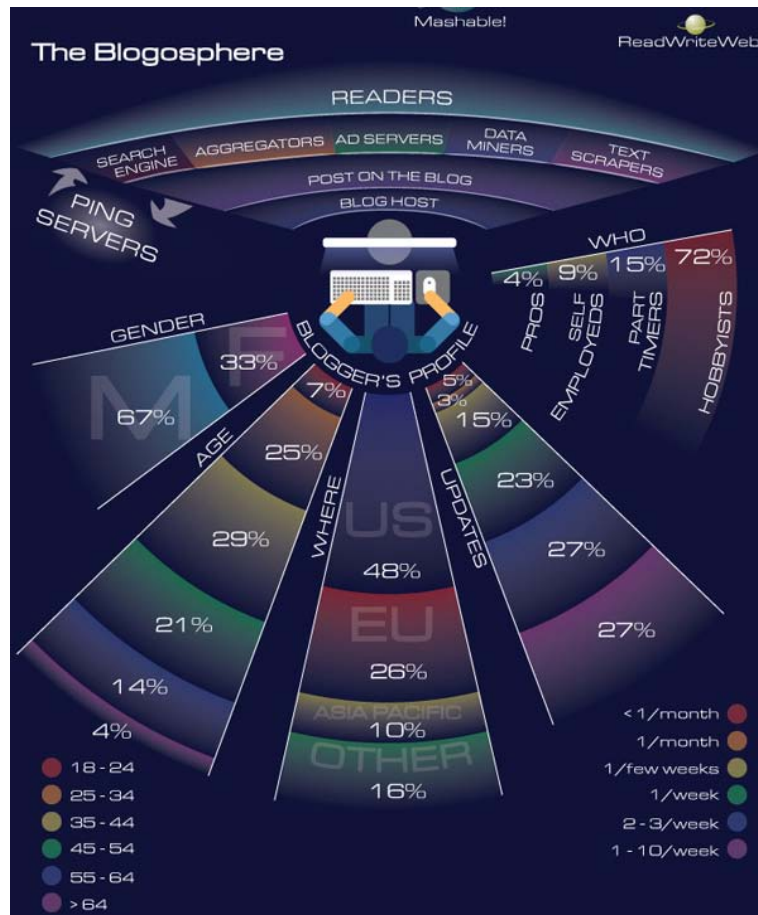


Abbildung 2: Ausschnitt 1 der Grafik „State of Blogosphere“

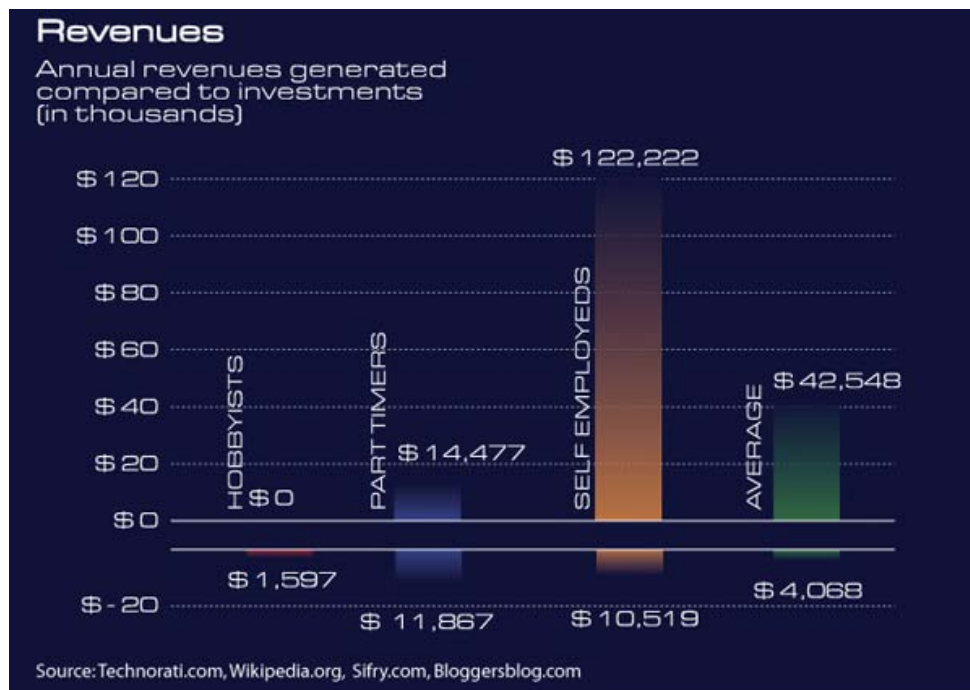


Abbildung 3: Ausschnitt 2 der Grafik „State of Blogosphere“

Die gegebene Situation, dass es prinzipiell jedem möglich ist, im Netz sein eigenes Blog zu eröffnen und es mit Artikeln zu füllen, verweist auf die Tatsache, dass jeder Blogger aus einer bestimmten Motivation heraus bloggt, worauf in weiterer Folge noch genauer eingegangen wird (vgl. Kap. 3). Die von *Technorati* durchgeführte Umfrage „State of the Blogosphere 2009“ ergab ähnliche Zahlen, sowie auch die Umfrage im Jahr darauf. Bloß spezialisiert sich der Bericht aus dem Jahr 2009 auf den Bildungsgrad der Blogger, nach welchem es heißt, dass „bloggers are a highly educated and affluent group.“ (Sussman 2009)

“Nearly half of all bloggers we surveyed have earned a graduate degree, and the majority have a household income of \$75,000 per year or higher. As blogging is now firmly a part of the mainstream, we see that the average blogger has three or more blogs and has been blogging for two or more years. We are also noticing an ever-increasing overlap between blogging and mainstream media.” (Ebd.)

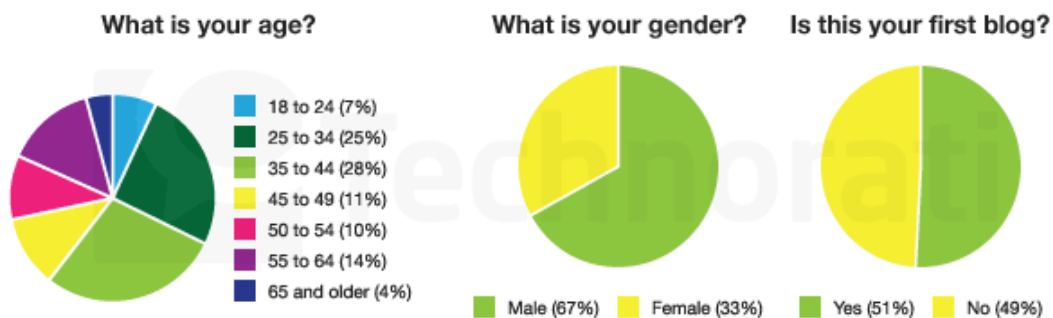


Abbildung 4: Wer sind die Blogger?

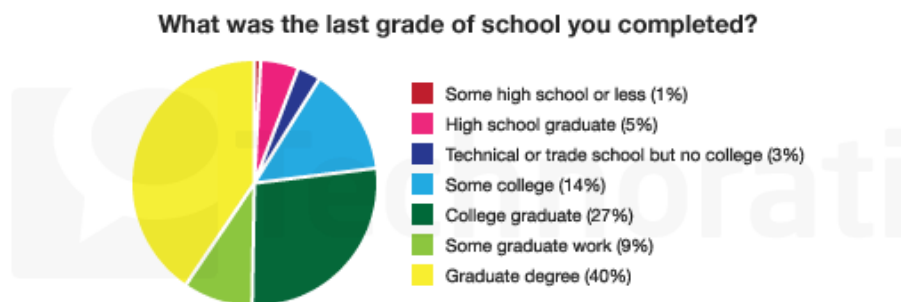


Abbildung 5: Ausbildungsgrad der Blogger

Somit sind wiederum etwa zwei Drittel der befragten Blogger männlich und 60 % sind zwischen 18 und 44 Jahre alt (siehe Abb. 4). Davon haben 27 % einen College- und 40 % einen Hochschulabschluss (siehe Abb. 5). Diese Zahlen definieren die Mehrheit der befragten Blogger als „more educated than the general population“. (Ebd.)

Anzahl alle 5 Monate verdoppelte, was bedeutet, dass sich diese Summe innerhalb des Zeitraums von 3 Jahren um das 30-fache gesteigert hat (vgl. Sifry 2005). *Blogpulse* (www.blogpulse.com) verzeichnet im Februar 2011 exakt 154,750,720 als solche identifizierte Weblogs, während allein in den vorhergehenden 24 Stunden 89,811 neue Blogs gezählt werden (Stand: 01.02.2011).²⁸ Etwa zwei Wochen später sind es bereits 155,926,265 Blogs (Stand: 16.02.2011). Mehr als zwei weitere Monate danach werden 160,760,115 Blogs gezählt und der Index der geposteten Blogs innerhalb der vergangenen 24 Stunden verzeichnet 925,832 Beiträge (Stand: 27.4.2011). Mit einem solchen Wachstum steigert sich auch das mediale Interesse. Das Blog gilt als neues Medienformat und wird in zahlreichen Studien und Untersuchung den „alten“ und „klassischen“ Medien gegenübergestellt (vgl. Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005), wobei sogar von einer „Medienhysterie“ die Rede gewesen sein soll (vgl. VDI-Nachrichten 2005). Da der Begriff „Blog“ auf den Online-Seiten des US-amerikanischen Wörterbuch-Verlags *Merriam-Webster* als meist aufgerufener Begriff gilt, erklärt der Verlag selbiges zum „Wort des Jahres 2004“ (vgl. Merriam-Webster Online). Es finden sich ganz unterschiedliche Einsatzzwecke von Weblogs, die als Form der „onlinebasierten Kommunikation (...) inhaltlich nicht festgelegt [sind]“ und z.B. als persönliche Online-Tagebücher, als Medien der (internen wie externen) Organisationskommunikation, als (quasi-)journalistische Publikationen oder als Medien der Expertenkommunikation auftreten können (vgl. Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005).

Als einflussreichstes und damit meistbesuchtes Blog weltweit gilt seit einigen Jahren *The Huffington Post* (www.huffingtonpost.com), welches von Arianna Huffington, Kenneth Lerer und Jonah Peretti im Jahr 2005 gegründet wurde.

“Arianna Huffington: For me it was the excitement of seeing the conversation moving online. (...) The key thing was the interactivity. It was the discussion around the ideas that I was writing about. That was what really appealed to me.” (Olsen 2009)

Die Blogsuchmaschine *Technorati*²⁹ verweist es demnach auf den ersten Platz der Top-100 Blogs im weltweiten Ranking (vgl. technorati.com/blogs/www.huffingtonpost.com). Zusätzlich

²⁸ Diesem beachtlichen Zuwachs ist anzumerken, dass ein großer Anteil neu entstehender Blogs allein zum Zwecke der Suchmaschinenoptimierung eingerichtet wird und dass eine Vielzahl der Blogs möglicherweise nicht mehr aktiv geführt wird (vgl. Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005).

²⁹ Die als erste gegründete Blogsuchmaschine gilt als Rangführer ihrer Art, mittels derer Studien und Umfragen zur Erforschung der Blogentwicklung durchgeführt werden, und um Statistiken auf dem neuesten Stand zu halten. “The leading blog search engine and directory, Technorati.com indexes more than a million blogs. The site has become the definitive source for the top stories, opinions, photos and videos emerging across news, entertainment, technology, lifestyle, sports, politics and business. Technorati.com tracks not only the authority and influence of blogs, but also the most

zu täglichen Kolumnen vereint die Nachrichten- und Nachrichtenkommentarplattform Beiträge von namenhaften professionellen Kolumnisten und Celebrity-Bloggern auf ihrem Weblog, was die Besucherzahl und das öffentliche Interesse enorm vergrößert. Die *New York Times* vermeldet schließlich, dass die Online-Zeitung von dem US-amerikanischen Onlinedienst AOL für 315 Mio. US-Dollar gekauft werden soll (vgl. Peters/Kopytoff 2011).

Die Blogosphäre besteht Weblogs, die aus allen erdenklichen Themen geformt werden, wobei journalistische Politblogs, Celebrity- und Entertainment-Blogs zu den Spitzenreitern ihrer Art gehören, da sie von der breiten Masse konsumiert werden. Worüber überwiegend gebloggt wird, zeigt folgende Abbildung (siehe Abb. 7):

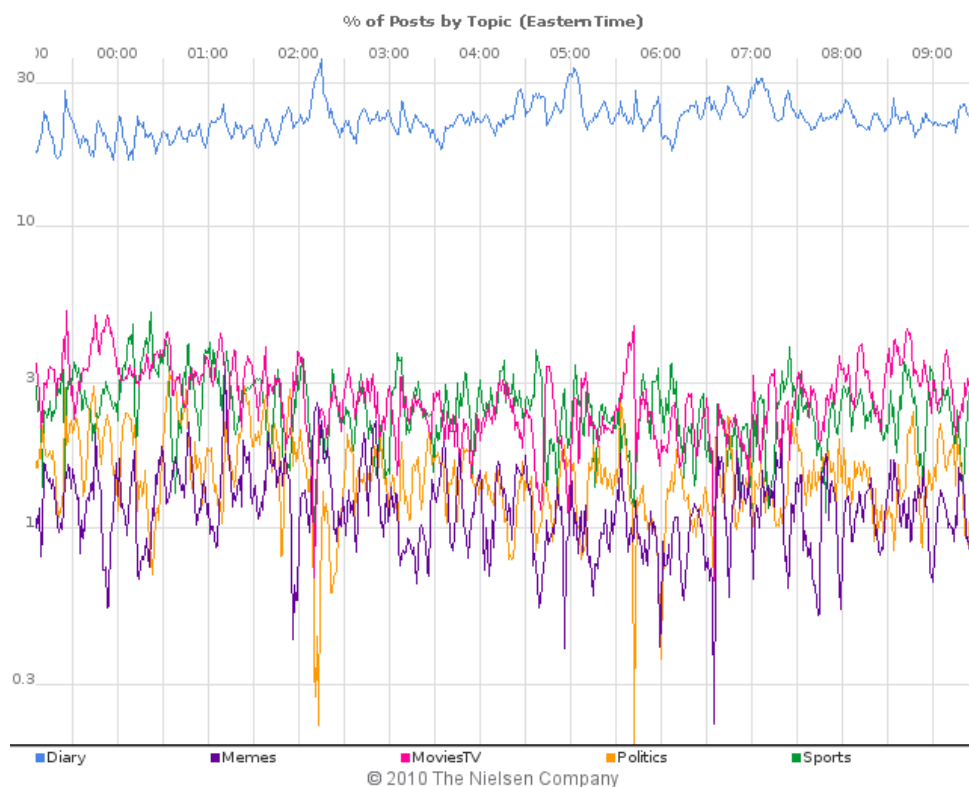


Abbildung 7: Worüber Blogger schreiben³⁰

Demnach bloggt die überragende Mehrheit im Tagebuch-Stil über das eigene Leben, d. h. persönliche Themen. Über Film- und TV-Thematiken wird ebenso konstant gebloggt wie

comprehensive and current index of who and what is most popular in the Blogosphere.” (www.technorati.com/about-technorati/#ixzz1ATUxQYKy)

³⁰ “You’re viewing the most popular topics bloggers are posting about, updated by the minute. Eastern Time is listed across the top, and the percentage of all blog posts is on the side. The scale is logarithmic; the only way to get all of the trends in a single graph is via a logarithmic scale of absolute counts.” (www.blogpulse.com/bplive_full.html)

über Sportthemen, wobei diese in Abhängigkeit zu tagesaktuellen Ereignissen stehen. Anzumerken ist, dass der „Movies TV“-Graph zum Zeitpunkt der jährlichen Oscar-Verleihung ebenso sicher in die Höhe schnellte und alle anderen Funktionsgraphen überragt, sowie der „Sports“-Graph während den olympischen Spielen einen höheren Ausschlag erreichte (siehe Abb. 7). Dass Blogger, die zum Themenbereich Politik schreiben, vorrangig auf tagesaktuelle Ereignisse reagieren, erklärt sich von selbst.

Für Politblogger Hugh Hewitt verkörpern die Gattungen der Warblogs und Politblogs eine revolutionäre Veränderung innerhalb der Medienberichterstattung:

“No matter what you do or who you are, the information delivery systems in the United States have just experienced a revolution. That revolution is expanding to all corners of the world. Everyone is potentially a journalist (...). Everyone could have a blog and cell a phone than can snap a picture of you to put on it.” (Hewitt 2005: X)

Das neue Instrument verstärkter demokratischer Partizipation („digital idealism“) vermag jeden User zu journalistischen Tätigkeiten zu forcieren und sich zunehmend in Form von veröffentlichten Beiträgen im eigenen oder „fremden“ Blog, innerhalb eines Beitrags oder eines Kommentars in die öffentliche Diskussion zu integrieren.

2. Jeder ist ein Journalist

Hugh Hewitts Aussage „Everyone is potentially a journalist (...)“ (Hewitt 2005: X) verweist auf zahlreiche Debatten zwischen Blog-Befürwortern und -Gegnern, welche nie ein Ende zu finden scheinen, solange Blogs existieren – und das Medium Blog hat sich längst etabliert. Es funktioniert wie ein selbstorganisiertes Uhrwerk, das sich, dank seines öffentlichen Charakters und dem Phänomen des Internets, auf alle erdenklichen Themenbereiche bezieht und diese reflektiert.

In Rainer Bartels „Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium“ heißt es:

„Bloggen ist in und wird in den Medien vielfach diskutiert. Denn zum ersten Mal seit der Öffnung des Webs (...) ist jedermann in der Lage, ohne technisches Vorwissen seine persönlichen Inhalte regelmäßig zu veröffentlichen. Gleichzeitig spaltet sich die Szene, die ihren Anfang in den USA gemacht hat, zwischen Bloggern, die hier ein schönes Hobby gefunden haben und Profis, die Blogs als Alternative zu den klassischen Medien und sich selbst als eine Art moderne Journalisten verstehen.“ (2008: 9)

Dass diese Aufspaltung der beiden Blogger-Szenen in „Newcomer-Journalisten“ a.k.a. „Bürgerjournalisten“ vs. „moderne Journalisten“ stattfindet, lässt sich zweifellos feststellen. Viel bemerkenswerter erscheint jedoch das damit einhergehende Definitionsproblem der Kommunikationswissenschaft, welches in dem Buch „Journalismus online – Partizipation oder Profession?“ (2008) von den Herausgebern Thorsten Quandt und Wolfgang Schweiger thematisiert wird. Aufgrund der „Partizipationsmöglichkeit aller Bürger“ sei „die Definition bzw. Abgrenzung von Journalismus noch schwieriger, als sie ohnehin schon war.“ (12)

„Die Partizipation von Bürgern am öffentlichen Diskurs ist nun ohne technischen Aufwand und ohne die Vermittlung oder Beschränkung durch Medieninstitutionen möglich. Auch wenn nur etablierte Massen- und Meinungsführermedien die öffentliche Wahrnehmung einer Botschaft - gleichsam als gesellschaftliches Megafon - garantieren können, so können im sozialen Web auch Einzelne mit besonders drastischen, relevanten, überraschenden oder (oft unfreiwillig) humorvollen Botschaften öffentlich Gehör finden.“ (Quandt/Schweiger 2008: 12)

Es ist von einem „Spannungsfeld zwischen Partizipation und Professionalisierung im Onlinejournalismus“ (ebd.) die Rede. Etablierte Online-Medien nutzen den Vorteil des user-generated content, um Leserblogs, Diskussionsforen und Beiträge (z.B. Fotos) von „Leserjournalisten“ stärker in ihre Angebote einbauen zu können, was auf einen „zunehmend professionellen journalistischen Umgang mit partizipativen Elementen“ hinweist (ebd.).³¹

³¹ „In den vergangenen zehn Jahren ist eine auffällige Professionalisierung des Onlinejournalismus zu verzeichnen, die ihren Höhepunkt vermutlich noch lange nicht erreicht hat.“ (Quandt/Schweiger 2008:11)

Fraglich bleibt jedoch, ob die auf den Websites der Online-Medien veröffentlichten Ergebnisse (beispielsweise einer Online-Meinungsumfrage unter den Besuchern einer Nachrichtenwebsite) journalistische Inhalte darstellen oder ob es sich lediglich um „aggregiertes Publikumsfeedback“ handelt (vgl. ebd.). Namenhafte Journalisten führen vermehrt ihre eigenen Privatblogs: Tun sie das als Journalisten oder als Bürger?

2.1 Partizipation oder Profession?

In der Untersuchung „Journalismus online – Partizipation oder Profession“ (2008) von Thorsten Quandt und Wolfgang Schweiger (Hrsg.) wird das oben genannte Spannungsfeld zwischen Partizipation und Professionalisierung im Onlinejournalismus untersucht. Indes ernennt Susanne Fengler in ihrem Artikel „Media WWWatchdogs? Die Rolle von Blogs für die Medienkritik in den USA“ die „Bürgerjournalisten“³² zu den Gewinnern im Kampf um die Aufmerksamkeit in der Blogosphäre:

„Unter den populärsten Medienblogs findet sich kein Blog eines Medienjournalisten der etablierten Medien; die Mehrzahl wird nicht von professionellen Journalisten betrieben, sondern von Anwälten, Managern und Musiklehrerinnen.“ (Fengler 2008: 157)

Dies sei ein äußerst spannendes Phänomen für die Kommunikationswissenschaft, da bis zur Etablierung der Blogs vorrangig Medienjournalisten „bei den etablierten Medien und Medienjournalisten bei Fachmedien zentrale Akteure von Medienkritik und Medienjournalismus“ (ebd.: 157f.) waren. Seit man um „im Internet zu publizieren, (...) keine besonderen Fachkenntnisse“ (Neuberger 2002: 30) benötigt, können Rezipienten „prinzipiell die Rolle wechseln und selbst als Laien-Kommunikatoren auftreten“ (ebd.: 30f.). Manche Autoren gingen laut Matthias Armbrorts Prognose in „Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten“ (2006) davon aus, dass die Hälfte aller Nachrichten des Jahres 2021 von Bürgern anstelle von Profi-Journalisten produziert werden wird (vgl. 2006: 102). Der Begriff „Bürgerjournalismus“, der „sich in der aktuellen Diskussion durchgesetzt zu haben scheint“

³² Anhand des Begriffs „Bürgerjournalismus“ wird innerhalb der Untersuchung nicht nur die angesprochene Leser- oder Bürgerbeteiligung im Journalismus diskutiert, sondern generell der so genannte „user-generated content“ (Schweiger/Quiring 2006), welchem persönliche Blogs, Internet-Plattformen, auf denen zahlreiche User Nachrichten, Diskussionsbeiträge und Kommentare veröffentlichen, Wikis, Podcasts etc. zuzuordnen sind, und die im „Web 2.0“ durch die verfügbare Social Software (vgl. Endert 2006: 194; Neuberger/Nuernbergk/Rischke 2007: 96) „gewissermaßen an die Stelle von Newsgroups und persönlichen Homepages getreten sind, wobei sie deren Möglichkeiten deutlich erweitern.“ (Kopp/Schönhagen 2008: 79)

(Kopp/Schönhagen 2008: 80)³³, wird durch seine äußerst uneinheitliche und unpräzise Verwendung unzureichend vom Journalismusbegriff abgegrenzt. Die Vermittlungs- und Konzentrationsleistungen des Journalismus unterscheiden sich ganz klar von jenen der Bürgerjournalisten, denn „[w]ährend Journalismus die gesellschaftliche Interessensvielfalt überschaubar macht, drücken sich in Blogs und ähnlichen Webangeboten häufig nur Einzelinteressen aus (...)“ (Ebd.) Die Blogosphäre als Ganze betrachtet, könne man „in Anlehnung an die in den 1920er Jahren entwickelte idealtypische Unterscheidung von Journalist und Publizist präziser von Laienpublizisten als Sammelbegriff für die verschiedenen Varianten von (Online-)Publikationen sprechen, die ohne Beteiligung professioneller Journalisten bzw. Redaktionen zustande kommen (vgl. Kopp 2007: 45f.).“ (Kopp/Schönhagen: Ebd.) Darüber erläutern Kopp und Schönhagen, dass Theorie und Forschung eher dazu tendieren, den „Bürgerjournalismus“ in einer Form der Laienpublizistik lediglich als Ergänzung denn als Ersatz zum Journalismus anzusehen (vgl. ebd.).³⁴ Diese Position, dass „Bürgerjournalisten“, die nicht mehr als bloße Empfänger, sondern als Sender agieren, dadurch jedoch nicht gleich zu Journalisten werden, „da das journalistische Handwerk Grundfertigkeiten wie die Themenselektion, die Recherche, die Aufbereitung, die Zusammenführung von Daten und Fakten sowie die Wahl der entsprechenden Darstellungsform umfasse“, vertritt auch Dr. Gerhard Rettenegger, der Chefredakteur des ORF Landesstudios Salzburg sowie Initiator der Salzburger Medientage. Im Hinblick auf die österreichische Szene sei ersichtlich, „dass sich im internationalen Vergleich doch noch recht wenig tut“ und vielmehr sei „der Bürgerjournalismus in Österreich nicht besonders lebhaft und hat deshalb bislang noch keine großen Auswirkungen hervorgerufen.“ (Redaktion Readers Edition 2007)

„Für Qualitätsjournalisten, meint Rettenegger, heißt die neue Medienlandschaft, dass sie, wollen sie ihre Position sichern, nur dann überleben könnten, wenn sie sich anpassen und umdenken. Sie sind längst nicht mehr Vortragende, die sich an ein anonymes, disperses Publikum wenden. Sie werden vom ‚lecturer to conversationer‘ und werden wohl in Zukunft nicht umhinkommen, Communities zu bedienen.“ (Ebd.)

³³ Aus dem Aufsatz „Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten“ (2008) in der bereits genannten Untersuchung von den Herausgebern Quandt und Schweiger „Journalismus online. Partizipation oder Profession“.

³⁴ Zur Erhärtung der These erscheint es laut Kopp und Schönhagen „geboten, neben den Leistungen von sog. Bürgerjournalisten auch deren Einstellungen, Motive, Absichten und Zielvorstellungen zu untersuchen. Deren Rollenselbstbilder sind jedoch noch kaum erhoben worden. (...) Hinweise, dass Laienpublizisten unter Umständen kein bzw. nur ein bedingt journalistisches Rollenverständnis haben, liefert außerdem die Weblog-Forschung.“ (2008: 80)

Martin Welkers Untersuchung „Journalisten als Blognutzer: Verderber journalistischer Standards? Eine Untersuchung zur Erklärung von Blognutzung und -wirkung im Journalismus“ (2008) führen die Weblogs, als eine „der wichtigsten Web 2.0-Anwendungen“, vor Augen, dass sich Veränderungen wie die Disintermeditation, „die Umgehung von etablierten Medien und Journalisten durch Öffentlichkeitsarbeit und Politik“ (2008: 207) (d. h. die Ausschaltung von Zwischenhändlern) vollführen, sowie dass sich ein Austauschverhältnis zwischen Weblogs und Massenmedien einzustellen beginnt. So entstehe ein Kreislauf, wodurch bekannte Blogs über die Portale großer Zeitungen eine Plattform erhalten und Journalisten im Gegenzug lernen, sich Blogs als Informationsquellen nützlich zu machen.³⁵ Diese als Zusammenarbeit der Medien erscheinende Entwicklung, die man bereits seit Jahren in Form von Prozessen „der Ökonomisierung, der Hybridisierung - also der Vermischung von Inhalten - und der Deprofessionalisierung im Journalismus beobachten“ kann, stelle jedoch eine Gefahr für den Journalismus dar (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl, 2006: 16), weil eine negative Wirkung von Weblogs auf den gesamten Berufsstand vermutet wird (vgl. Welker 2008: 208). Hier wird die Problematik also nicht auf die Verdrängung des Journalismus durch den Siegeszug der Online-Publikationen reduziert, sondern um jene Problematik, der durch die journalistischen Arbeitsweise (Recherche via Internet) begründeten Deprofessionalisierung des Journalismus, erweitert.

„Statt einer direkten Konkurrenz lassen sich vielmehr wechselseitige Ergänzungen bzw. Komplementaritäten erkennen, wofür es verschiedene Gründe gibt: Zum einen formieren sich in der Blogosphäre zwar themenspezifische Öffentlichkeiten, die jedoch zu einem erheblichen Teil an andere (massen-)medial hergestellte Öffentlichkeiten anschließen, d. h. deren Botschaften teils kritisch, teils affirmativ aufgreifen und weiterverbreiten. Zum anderen nutzt eine wachsende Zahl von professionell ausgebildeten Journalisten innerhalb und außerhalb von Medienorganisationen Weblogs als Quelle für Recherchen und als alternativen Kanal zur Verbreitung von Informationen.“ (Wied/Schmidt 2008: 173)

Ein solcher Konflikt rund um die Anzweiflung der Qualität dieser unabhängigen, losgelösten und revolutionären Form der Online-Publikation durch „Bürgerjournalisten“ mittels Blogs, vollzieht sich auch im Zusammenhang mit dem Namen Robert W. Bly, US-Experte für Marketing. Bly publiziert im Jahr 2004 eine kritische Auseinandersetzung mit der Blogthematik aus seinem, wie er ihn nennt, „skeptic's point of view“ und verkündet seine Bedenken. „Blog, schmog! The truth about what blogs can (and can't) do for your business“ macht ihn im Publikationsjahr seiner Arbeit zu einem der meist diskutierten Menschen innerhalb der Blogosphäre:

³⁵ „Si sta creando una circolarità tra i due mondi: blog famosi vengono ospitati su portali di grandi testate, i giornalisti imparano a monitorare i blog come fonte d'informazione.“ (Faré/Foa/Ubaldi, 2006: 4; Welker 2008: 207)

“In my column for DM News, I asked what I believe are some of the important questions about blogging: ‘Here’s the question I’ve been curious about lately: Should marketers add blogging to their arsenal of marketing tactics? Will it help sell more products and services? Or is it – as I suspect – an utter waste of time? A pure vanity publication that won’t pay you back even one thin dime for your effort?’ What came next shocked me: a full-scale of attack against me from the blogosphere. (...) I was called ‘an idiot’, ‘a dinosaur’, and ‘yesterday’s expert’ – all because I dared to question the bloggers’ beloved, trendy new medium.”³⁶ (Bly 2007: 3f.)

Was laut Bly dringend benötigt wurde, war die Abhandlung eines “experienced marketer, an author with no financial interests in promoting blogging“. (Ebd.) Sein „antiblogging article“ vertritt die Meinung, dass Blogger keine objektive Sichtweise einnehmen können, da sie von ihrem Medium abhängig sind.

In der traditionellen Medienöffentlichkeit wird die „Mass Amateurization of Publishing“ (Shirky 2004) auch „als bedrohliche Vermassung und Banalisierung von Inhalten (Quantität gehe vor Qualität; Stichwort ‚bloggorhea‘) mit der Gefahr einer Verdummung sowie der Verletzung von Urheberrechten und ökonomischer Interessen“ (Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005; vgl. Burg 2004) empfunden und diskutiert. Unter genauer Betrachtung des Terminus „Amateur“ ist ersichtlich, dass jenem Begriff, der einst „einen Liebhaber der schönen Künste, der sich nicht allein auf den Kunstgenuss beschränkt, sondern selbst produzierend tätig wird“ (Reichert 2008: 66) bezeichnet, eine Verschiebung innerhalb seiner Bedeutungsebene widerfahren ist. Bildet der „Amateur“ in der Geschichte der Künste noch „den Gegenpart zum Künstler, als der Liebhaber der Meisterwerke, ihr Bewunderer und Nacheiferer“ (Daniels 2002: 187), der „gegenüber den Künsten immer zugleich Rezipient *und* Produzent“ (ebd.) ist und als ihr Nacheiferer einen Dilettanten im positiven Sinne (vgl. ebd.) darstellt, so verkörpert er im Zeitalter des Web 2.0 den Gegenpol zum „Profi“, der stets als ein ästhetisch verfeinertes Individuum angesehen wird“ (Reichert 2008: 66). Der abwertende Begriff „amateurhaft“ im Sinne von „nicht professionell“ (vgl. Keen 2007: 13) „sagt jedoch wenig über die Sachkenntnis von Amateuren aus, die durchaus professionelles Niveau haben kann“ (Reichert 2008: 67). Laut Dieter Daniels Untersuchung „Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet“ (2002) sei es „kein Zufall, dass parallel zur Wendung des Begriffs ‚modern‘ vom Negativen ins Positive der ‚Modernität‘“ (ebd.: 187) der Dilettant seine nunmehr abwertende Bedeutung erhält.

„Die Autonomie der modernen Kunst bricht den zuvor zwischen Künstler und Amateur bestehenden Konsens über die ethischen oder religiösen Ziele der Künste, es gibt

³⁶ Im Mittelpunkt seines Interesses steht es, folgenden Fragen nachzugehen: „(...) (a) the pros and cons of blogging; (b) the effect of blogging on marketing, writing, and the printed word; (c) the effectiveness of blogging in its major applications, especially politics, technology, and marketing.“ (Ebd.)

kein gemeinsames Dach mehr, unter dem sie, jeder nach seiner Fähigkeit, an den gleichen Idealen arbeiten könnten. Wer versucht, einer autonomen künstlerischen Position nachzueifern, kann es nur zum Imitator bringen. Deshalb ist Dilettant heute ein Schimpfwort im Gegensatz zum ‚Profi‘.“ (Ebd.: 188)

Daniels fügt hinzu, dass es „gerade wegen der absoluten Autonomie des Künstlers (...) in der modernen Kunst keine Amateure mehr [gibt]“ (ebd.) und „erst durch die Übertragung des Begriffs Amateur von den Künsten auf die Medien“, selbiger „eine vergleichbare Autonomie, wie sie der moderne Künstler für sich beansprucht“ (ebd.) erhält. Der Fotoamateur stellt den ersten „Prosumer“³⁷ der Geschichte dar, als dieser „die Aneignung einer Fähigkeit, die zuvor ausschließliches Privileg der Kunst war“ (Daniels 2002: 210) vollzieht.

„Die Faszination und Selbstausbildung der Amateure gilt weniger den Resultaten, die mit dem Medium erzielt werden können, als dessen innerer Struktur und dessen meisterhafter Beherrschung, die aber keiner zweckorientierten oder industriellen Nutzung der Technik dient. Funkamateure und Hacker können deshalb als exemplarisch für die Untersuchung der Eigenwirkung elektronischer Technik jenseits industrieller Vermarktung gelten.“ (Ebd.)

Somit seien die Amateure im Netz jene Instanz, die „zwar von der Netzkultur geschaffen und konstituiert“ (Reichert 2008: 66) werden, andererseits aber „ein widerständiges Wissen über die Funktions- und Kommunikationsweisen der neuen Medien entwickeln und sich dadurch in die Lage versetzen, die scheinbar normierten und standardisierten Routinen und Automatismen der neuen Technologie zu stören, um sie gegen sie zu verwenden.“ (Ebd.)

„Die propagierte ‚Demokratisierung‘ der Technologien und Medien hat allgemein, besonders spürbar jedoch im Web, zu einer Wiedererweckung der Do-it-yourself-Bewegung (DIY) geführt. Der populäre Diskurs des ‚Do It Yourself‘ bekommt im Kontext des Web 2.0 eine neue Bedeutung und wird mittlerweile mit der ‚Kultur des Amateurs‘ (Carr 2005) gleichgesetzt.“ (Ebd.: 67)

So erzeugen die User Beiträge zu allen erdenklichen Themen, welche „die überwiegenden Webinhalte (user-generated content)“ ausmachen, sie „kompilieren und kommentieren Wissen (citizen journalism), produzieren Text-, Foto-, Audio- und Videostrecken (participatory media) oder handeln mit selbstproduzierten Waren (social commerce).“ (Ebd.)

Diese unzählbaren Publikationen der Amateure, werden im Hinblick auf die Problematik von Urheberrechtsverletzungen sowohl innerhalb juristischer Blogs („Blawgs“) als auch in Form von literarischen Publikationen zu rechtlichen Fragen das Medium Blog

³⁷ Der von dem amerikanischen Autor und Futurologen Alvin Toffler kreierte Begriff erscheint erstmals in seinem Werk „The Third Wave“ (1980) und bezeichnet die soziale Utopie der Technokultur des 21. Jahrhunderts innerhalb welcher der Mensch gleichzeitig als „Verbraucher“ sowie als „Hersteller“ operiert (vgl. Reichert 2008: 68).

betreffend diskutiert. In Fällen von Urheberrechtsverletzungen kann dem Blogmedium auch unprofessionelles Schreiben vorgeworfen werden. Beispielsweise das literarische Werk der beiden Blogger Don Alphonso (www.rebellmarkt.blogger.de) und Kai Pahl (www.kaipahl.de) mit dem Titel „Blogs! Text und Form im Internet“ bietet einen Einblick in gesammelte Beiträge von über einem Dutzend Autor/Inn/en aus sechzehn deutschsprachigen Blogs, wobei sich neben dem Kapitel „Dutzende Gründe, warum Blogs den Journalismus im Internet aufmischen werden“ ein weiteres Kapitel eigens der Urheberrechtsproblematik widmet und zwar nicht nur in Anbetracht der zu schützenden Urheber, sondern auch auf den Blogger selbst, der ohne schützenden Verlag operiert und als „freizeitlicher“ Journalist, Autor o. Ä. dem Risiko der Urheberrechtsverletzung völlig ausgeliefert ist (vgl. Alphonso/Pahl 2004).

Eine solche abwertende Haltung stößt auf Widerhall mit dem „Gedanken unserer Zeit“, der die Notwendigkeit individueller Medienkompetenz und demokratischer Teilhabe an der Öffentlichkeit umfasst (vgl. Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005).

“What's important is that we've embraced a medium free of the physical limitations of pages, intrusions of editors, and delays of tedious publishing systems. As with free speech itself, what we say isn't as important as the system that enables us to say it.”
(Hourian 2002)

Meg Hourian vertritt (in ihrer Online-Kolumne *Megnut*) die Position, dass die Möglichkeit, persönliche Gedanken auszuformulieren, sozusagen seinem Ich Gehör zu verschaffen, *die* Innovation per se sei und die Inhalte jener Publikationen demnach weniger wichtig erscheinen, als das System, in welchem sie publiziert werden. Dahingehend ignoriert Hourian die Urheberrechtsproblematik, welche anderen Kopferbrechen bereitet, völlig. Weblogs erfüllen, wie bereits erwähnt, endlich Brechts Anspruch seiner Radiotheorie aus dem Jahr 1990, nach welcher jeder und jede ein Sender im Sinne einer herrschaftsfreien Öffentlichkeit sein zu können habe. Nachdem nun (unter der Voraussetzung des Vorhandenseins der benötigten technischen Mittel) jeder und jede ein Blogger sein kann, wirkt die mediale Innovation der öffentlichen und freien Rede nicht nur bahnbrechend, sondern es entstehen auch unüberschaubare Nutzungspraktiken in der Blogosphäre, wie u.a. die Veränderung im Zusammenhang mit Öffentlichkeit und Relevanz:

“We have been moving away from ‘news that are relevant to the world’ to news that are entertaining for the world’, but more recently there has been a pronounced shift to ‘news there are relevant to me’.” (Prillinger 2004: 89f.)

Es handelt sich nicht mehr ausschließlich um *öffentlich* relevante Themen, die ihren Einzug ins Internet und dadurch auch in das öffentliche Interesse finden, sondern vielmehr um Themen *persönlicher* Relevanz (vgl. ebd.), was für traditionelle Medien problematisch ist,

weil sich die bisher gängigen Qualitäts- oder Relevanzkriterien der öffentlichen Kommunikation nicht gleichermaßen auf jene distinkten Formen der Weblog-Nutzungen übertragen lassen (vgl. ebd.) Diesbezüglich stehen also die Inhalte der Publikationen im Vordergrund. Der Einzelne verfügt generell über mehr Optionen, um „über die Produktion und Rezeption von Texten individuell zu entscheiden“ (ebd.). Es bilden sich in weiterer Folge auch neue Kriterien der Relevanz von Informationen: Hinsichtlich Blogs handelt es sich hierbei um die Anzahl der Verlinkungen auf den jeweiligen Artikel eines Blogs.³⁸

„Verlinkungen sind ja nicht nur menschlich eine nette Sache. Sie heben auch die ganzen ‚Szene‘. Mehr Verlinkungen bedeutet mehr Relevanz in den Augen von Gott *Google*. Und das führt zu einer höheren Relevanz in der Gesellschaft.“ (Offenbacher 2010b)

Neben der abwehrenden Haltung Robert W. Blys gegenüber Blogs, den Befürchtungen der traditionellen Medienöffentlichkeit und Teilen der Kommunikations- und Medienwissenschaft (vgl. Schmidt/Schönberger/Stegbauer 2005) um eine Verdummung und Verderbung qualitativer Standards, vermag auch noch die Nutzung von Suchmaschinen zu zeigen, dass sich Blogger und Internet-User im Allgemeinen in einem „Strudel ihres Mediums“ befinden, ohne darüber hinaus blicken zu können: Fast „blind“ verlassen sie sich auf die Rankingkriterien, unabhängig von Qualität und Richtigkeit, einer einzigen Suchmaschine, nämlich *Google*³⁹ (vgl. Machill/Neuberger/Schweiger/Wirth, 2003: 160ff.). Suchmaschinen werden von fast allen Nutzern innerhalb einer als rational zu definierenden Vorgehensweise (der Einsatz von Suchmaschinen spart Zeit und Geld) verwendet, um Inhalte aus den Weiten des WWW zu filtern und eine Selektion des vorhandenen Informationsbestands zu erhalten: „Die innerhalb von Millisekunden generierte Retrievalliste enthält dann eine gerankte Auswahl von Angeboten.“ (Springer/Wolling 2008: 46)

„Durch den zunehmend habitualisierten und dadurch immer weniger reflektierten Umgang mit *Google* heben die User den Suchdienst in die Position einer Selektiermaschine, die durch ihre Rankingalgorithmen einen erheblichen Einfluss

³⁸ Der Gründer von *Technorati.com*, David Sifry, entwickelte die „Technorati Interesting Newcomers List“: „The list is designed to flag people with low overall link numbers, but who have done something to merit a sharp increase in links, as a way of making the system more dynamic.“ (Shirky 2003) Auf diese Weise können auch bislang unbekannte (wenig verlinkte) Blogs durch Verlinkungen auf einen einzigen besonderen Artikel oder eine Äußerung auf sich aufmerksam machen, indem ein höheres Ranking in der genannten Liste zustande kommt.

³⁹ Die Suchmaschine *Google.com* befindet sich laut der Web Information Company *Alexa* global gesehen auf dem ersten Platz aller Websites im gesamten WWW: „Google is ranked #1 in the world according to the three-month Alexa traffic rankings. The site has been online for at least thirteen years. About 32% of visitors to this site come from the US, and roughly 26% of visits to Google consist of only one pageview (i.e., are bounces). The time spent in a typical visit to the site is about thirteen minutes, with 34 seconds spent on each pageview.“ (www.alexa.com/siteinfo/google.com)

darauf hat, welche Internet-Angebote wahrgenommen werden und welche nicht. So ist *Google* zu einem bedeutsamen Gatekeeper im Internet geworden.“ (Wolling 2005)

Die Selektion- und Rankingfunktion verleiht dem Suchdienst somit einen nicht unerheblichen Einfluss darauf, welche Informationen vom Nutzer wahrgenommen und damit auch in seinen Wissensstand und sein Weltbild integriert werden (vgl. Springer/Wolling 2008: 47). Nach Niklas Luhmanns „Die Realität der Massenmedien“ wissen wir Menschen fast alles, was wir über die Welt jenseits unseres unmittelbaren Erfahrungshorizontes wissen, durch die Medien (vgl. 1996: 9). Von daher erscheint die Auswirkung (massen-)medialer Inhalte auf „die Entstehung, den Aufbau und die Ausformung unseres Weltbildes“ (Springer/Wolling 2008: 46) als unvermeidlich. Das Ranking dieser selektiv-beschränkten und manipulierende Suche erhält auch dadurch noch mehr an Bedeutung, da Internetnutzer normalerweise kaum mehr als die erste Trefferseite ansehen (vgl. Machill et al. 2003: 95). Die Rangliste der Treffer innerhalb einer Suche ist also von großer Relevanz, weil bei einer einfachen Suche oft tausende Fundstellen angezeigt werden, von denen eben „nur die ersten zehn bis zwanzig Beachtung finden.“ (Schweiger 2004: 38) Somit schaffen Suchmaschinen, welche die Suche nach bestimmten Informationen vorrangig erleichtern, dennoch neue Probleme, da „eine systemfremde Logik – nämlich ökonomischer Herkunft (...)“ (Wyss/Keel 2008: 61) in das System der Suchfunktion inkludiert wird und somit keinerlei qualitativer Rangkriterien folgt. Die „absoluten“ Kriterien, nach welchen die Reihung zustande kommt, kennen letztendlich nur die Programmierer der Algorithmen, welche aus Wettbewerbs- und (Qualitäts-) Sicherungsgründen ein gut gehütetes Betriebsgeheimnis sind (vgl. Wolling 2002: 19; Springer/Wolling 2008: 46f.). Eine derart populäre Suchmaschine wie *Google* fungiert im Zusammenhang mit Journalisten, welche diese Suchmaschine als Rechercheinstrument nutzen, insofern auch als „Agenda Setter“, da die Resultate der *Google*-Suche darüber bestimmen, welche Themen die Medien erreichen (vgl. Wyss/Keel 2008: 62). Innerhalb der Untersuchung „Die Suchmaschine als Danaergeschenk. Zur strukturellen Gewalt der ‚Googleisierung‘ des Journalismus“ (2008) von Vinzenz Wyss und Guido Keel, wird *Google* ebenfalls das Potenzial zum Gatekeeper zugesprochen, da „die Suchmaschine mitbestimmt, welche Informationen, Quellen und Akteure mit größerer Wahrscheinlichkeit Aufnahme in der Berichterstattung finden.“ (2008: 62)

„Die journalistische Recherche wird mit der Reduktion auf das Hilfsmittel *Google* eingeschränkt, weil nämlich bereits die Suchmaschine als erster Gatekeeper auf nicht durchschaubare Weise eine Bewertung der Informationen vornimmt und sie nur selektiv präsentiert. Schließlich kann *Google* in der Rolle des Lückenbüßers als unsachgemäße Vereinfacher wirken, indem die routinisierte Anwendung der Suchmaschine andere Formen der Recherche verdrängt oder sie weniger wahrscheinlich macht.“ (Ebd.)

In diesem Zusammenhang wird auch die Problematik der Marginalisierung durch die Suchmaschine dargestellt, da sie schwer zu erfassende oder weniger populäre Bereiche des Internets vernachlässigt (vgl. Wyss/Keel 2008: 63). Zudem herrscht mangelnde Transparenz: Der Algorithmus von *Google* bleibt intransparent und es wird nicht offenkundig dargelegt, nach welchen Kriterien die Informationen gesucht und bereitgestellt werden (vgl. ebd.), was in weiterer Folge zu einer Aussagenverzerrung der Ergebnisse führt (vgl. Neuberger 2005: 11). Wyss/Keel sprechen von verschiedenen Arten der bewussten Manipulation: Einerseits ist von der „externen Manipulation“ die Rede (Neuberger 2005: 9), wonach Suchmaschinen-Optimierer rechnerische Verfahren anwenden, um mit ihren Seiten in Trefferlisten möglichst weit vorne zu erscheinen.

„Sie entwickeln als gewiefte Internetanbieter auf empirischem Weg Tricks, sich die Google-Formel nutzbar zu machen. Dies kann entscheidend sein für die Deutungsmächtigkeit einer Idee, für den Rang eines Textes oder den Erfolg eines Produktes.“ (Wyss/Keel 2008: 63)

„Interne Manipulation“ erfolgt durch den Suchmaschinenbetreiber, welcher Platzierungsgebühren für vordere Ränge der Suchergebnisse erhebt, was diese ebenfalls verzerrt (vgl. Wolling 2005: 532). Insgesamt befindet sich die Suchmaschine *Google* in einer marktbeherrschenden Position (vgl. Wolling 2005; Keel/Bernet 2005: 11).

Diese aus der Untersuchung zum Journalismus gewonnenen Erkenntnisse können auf die zu behandelnde Thematik der Filmkritiker-Blogs übertragen werden, da jene Untersuchung zeigt, dass Internet-Nutzer allgemein dem vorherrschenden System im Internet, welches Suchmaschinen (insbesondere *Google*) stark einbezieht, folgen und zwar, ohne darüber zu reflektieren. Erfolgt demnach eine zielgerichtete Suche nach einer bestimmten Filmkritik per Suchmaschine, stellt der qualitative Anspruch kein Rangkriterium der Ergebnisliste dar. Bei Weblogs und damit auch Filmblogs, spielt die Anzahl der Verlinkungen, Verschlagwortungen und Abonnements der *RSS-Feeds* eine wichtige Rolle und ist ausschlaggebend für das Ausmaß der Popularität und dem einhergehenden Ranking eines Blogs. An dieser Stelle drängen sich folgende Fragen auf: Welche Eigenschaften muss eine qualitativ hochwertige Filmkritik aufweisen? Was macht Qualität bei Filmkritiken aus? Darüber hinaus stellt sich die grundlegende Frage: Was muss/soll/kann/darf eine Filmkritik überhaupt beinhalten?

2.2 Filmkritik als „Werkstatt der Begriffe“⁴⁰

Die zentralen Fragen sind also: Was definiert Filmkritik? Muss Filmkritik konstruktiv sein? Welche Leistung soll eine Filmkritik erbringen?

Der seit dem 17. Jahrhundert bezeugte Substantiv „Kritik“ kann vielschichtig erläutert werden, wobei der Ursprung des Begriffs auf das griechische Verb *krinein* zurückzuführen ist, was sowohl „scheiden, trennen“ als auch „entscheiden, (be)urteilen“ bedeutet (vgl. Duden 2001: 455). Der als „wissenschaftliche/künstlerische Beurteilung“, „kritische Besprechung“ und „Tadel“ umschriebene Begriff ist gleichbedeutend mit dem französischen Terminus *critique*, welcher aus dem griechischen *kritikē (téchne)* „Kunst der Beurteilung“ übernommen ist. Der „Kritiker“ stammt aus dem lateinischen *criticus* und bedeutet „kritischer Beurteiler“ (19. Jahrhundert) (ebd.).

Kritik galt demnach ursprünglich als wertfreie Beurteilung, wobei das negative Verständnis seiner Bedeutung im Laufe des 19. Jahrhunderts hinzugefügt wurde: „Kritik wurde häufig als Negativwertung, Beanstandung, Tadel oder Äußerung des Missfallens verstanden.“ (Wied/Schmidt 2008: 175) Mittlerweile hat der Begriff seine Bedeutung der sachlichen, prüfenden Bewertung wieder erlangt und wird als Feedback und „wertfreie Beurteilung einer Sache, einem Ereignis oder einer Person verstanden.“ (Ebd.) Kritik wird synonym verwendet und letztendlich ist sie positiv und negativ möglich.

An dieser Stelle soll erwähnt sein, dass das Medium Filmkritik von einer reichhaltigen Entwicklungsgeschichte innerhalb jener Geschichte der Filmtheorie, die sich bis in die 1920er Jahre zurückverfolgen lässt, geprägt wird (vgl. Elsaesser/Hagener 2007: 10).⁴¹ Erkundet man die sich von einander abgrenzenden formalistischen und realistischen Filmtheorien⁴², innerhalb welcher sich beispielsweise Sergej Eisenstein und Rudolf Arnheim einerseits beziehungsweise André Bazin und Siegfried Kracauer andererseits gegenüber

⁴⁰ Übernommen aus dem Online-Essay „Kleines Einmaleins der Filmkritik“ von Filmemacher Christoph Hochhäusler (<http://www.zeit.de/online/2008/47/Filmkritik-heute?page=4>).

⁴¹ “The names [Eisenstein, Arnheim, Bazin, Kracauer] already suggest that the debate is international and that it can be traced back at least to the 1920s, when questions about the specificity and nature of film as a medium, as well as about cinema's legitimacy as an art-form, were high on the agenda of a film and media avant-garde committed equally to theory and practice. Other distinctions, also organized in binary pairs, have been tried, such as normative versus descriptive, or critical versus affirmative.” (Elsaesser/Hagener 2010: 3)

⁴² Formalistische Filmtheorien sehen Film als Konstruktion und Repräsentation an und betonen damit die Künstlichkeit des Kinos (vgl. Elsaesser/Hagener 2007: 10), wobei Film nach realistischen Filmtheorien, „den Durchblick auf eine (nicht-mediale) Wirklichkeit ermöglicht.“ (Ebd.)

stehen, fungiert die Filmkritik in diesem Komplex als stets sich verändernde und weiterentwickelnde Instanz.

„Filmtheorien haben sich nicht selten im Umfeld von Zeitschriften wie *Cahiers du cinéma* und *Screen*, Einrichtungen wie der *Cinémathèque française* und dem *Museum of Modern Art* oder Universitätsinstitutionen entwickelt.“ (Ebd.: 11)

Die *Cahiers du cinéma* erschien erstmals im Jahr 1951 unter den Chefredakteuren André Bazin und Jaques Doniol-Valcroze und verhalf der „nouvelle critique“ zur Standpunktnahme: Die Redakteure der *Cahiers* verschrieben sich einer Neuorientierung hin zur individuellen und aktuellen Filmästhetik und bekittelten den im schlechten Sinne literarischen Film, der seinerzeit vorherrschend war (vgl. Moninger 1992: 21).⁴³ *Cahiers du cinéma* lehnt neutrale Kritik ab und verdeutlicht die Notwendigkeit, „dem Film das Recht zum Experiment zu belassen und ihn nicht nach dem Geschmack des jeweiligen Kritikers und des typischen Wochenendkinogängers zu richten.“ (Ebd.: 24f.) André Bazin betrachtete Filmkunst nicht als Bildungsgut⁴⁴ und Filmkritik durfte demnach nicht als filmische Bewertung „aus dem Bauch heraus“ entstehen, sofern diese auch intersubjektive Gültigkeit beanspruchte (vgl. ebd.: 25). Somit wurden filmkritische Reformen adaptiert, die einen erheblichen Beitrag zum damaligen und heutigen Verständnis von Filmkritik geleistet haben.

“It is still a pretty widespread, though rather vague, idea that film criticism and theory as we know it today – and even film-making too – owe almost everything to french film criticism in the period since 1945, and particularly to the achievements of the journal *Cahiers du cinéma* (...)” (Hillier 1985: 1)

In dem Buch „Film Theory. An introduction through the senses“ von Thomas Elsaesser und Malte Hagener, wird die *Cahiers* als „most important publication of film criticism over the past 50 years“ (2010: 31) bezeichnet.

Als eine zeitgenössische Ansicht zur Filmkritik gilt jene des Filmemachers Christoph Hochhäusler, der seit 2006 selbst das Blog *Parallelfilm* betreibt und in seinem Online-Essay „Kleines Einmaleins der Filmkritik“ (2005) verschiedene Faktoren erläutert, die das Schreiben von Filmkritik zur Routinearbeit degradieren:

⁴³ In den 50er Jahren bestand die Redaktion der *Cahiers* aus den späteren Filmregisseuren der „Nouvelle Vague“ François Truffaut, Claude Chabrol, Éric Rohmer, Jacques Rivette und Jean-Luc Godard (vgl. Moninger 1992: 22).

⁴⁴ “The political dimension of Bazin's criticism was never more visible than his work for 'Travail et Culture'. The first step, he felt, was to change the audience's notion of itself from passive consumers to co-creators.” (Dudley 1978: 87)

„Die Regel heißt Routine. Profis machen, was sie am besten können: Abschreiben. Zum Beispiel von der Agenturmeldung. Von *Google*. Von Walter Benjamin. Aus dem Kulturkalender. Neuer Lack drüber und fertig. Das geht ruck, zuck. Muss es auch.“ (Ebd.)

So entsteht schnell ein Konstrukt aus oberflächlicher Information, gepaart mit ansatzweise richtigen Verknüpfungen, die geschickt von der Tatsache ablenken, dass der Autor nicht weiß, was er sagen möchte. Nichts als „Zeilengeld“, laut Hochhäusler:

„Seit ein paar Jahren gibt es Netzöffentlichkeit, in der sich – so das Vorurteil – schlampig schreiben und schlampig lesen ideal ergänzen. Zahlenmäßig haben die Blogger, Fans, Exhibitionisten, die Selbstberufenen und Ehrenamtlichen die alten Profis längst abgehängt. Das Netzvolk produziert tausendmal mehr *content* als die bezahlten Schreiber – womöglich mehr, als alles, was je geschrieben wurde zusammen genommen.“ (Ebd.)

Die oberste Disziplin der Filmkritik sei nach Hochhäusler die ästhetische Analyse: „Kritik kann und muss verschiedene Horizonte abdecken. Zuallererst ist sie aber eine Werkstatt der Begriffe“. (Ebd.) Das Fundament, auf dem der Film und seine Kritik beruhen, wird jedoch nicht ausschließlich durch deren Produzenten (Regisseur, Kritiker, etc.) verkörpert, sondern ebenso durch die finanziellen Quellen die ihnen zu Grunde liegen: Innerhalb einer demokratischen Gesellschaft, in der sowohl die Presse also auch die Filmwirtschaft (trotz staatlicher Subventionen) privatwirtschaftlich organisiert sind, kommt der Filmkritik, als zwischen Film und Publikum vermittelnde Instanz, eine außergewöhnliche Bedeutung zu: Es scheint zunächst ihre Aufgabe zu sein, „Leser und potenzielle Kinogänger über die neuesten Filme zu informieren“ (Thiele 2007: 72f.) und als „meinungsbetonte journalistische Darstellungsform (...) für einen Film zu werben, oder aber ihn nicht [zu] empfehlen.“ (Thiele 2007: 73). Aus privatwirtschaftlicher Organisation folgen ebenso ökonomische Zwänge, welchen die beiden Medien Presse und Film gleichermaßen ausgesetzt sind, was sie nicht zuletzt als Waren, vorrangig jedoch als Kulturgüter titulierte (vgl. Thiele 2007: 72). Als eine Ware bzw. ein Kulturgut will der Film beworben werden. Ist unter dieser Voraussetzung eine objektive und vor allem Non-Profit begründete Filmkritik möglich?

Nach Christoph Hochhäusler heißt es: „Man schreibt immer ‚unter Bedingungen‘“ (2005), und so stehen die Papier-Filmkritiker, von deren „Zeilengeld“ die wenigsten gut leben können (während Professionelle Online-Journalisten im Vergleich zu ihren Papierkollegen bescheiden bezahlt werden), da sie als freie Autoren wirtschaften, unter innerem und äußerem Druck. Druck nach innen, weil Filmkritik in den Redaktionen meist als eine Art „Störung einer kommerziellen Doppelstrategie“ (Hochhäusler 2005) lokalisiert wird, da sie Kunden *und* Lesern gleichermaßen zu gefallen hat. Des Weiteren, weil „Film so populär ist, dass jeder glaubt, mitschreiben zu können, [wie] zum Beispiel der ahnungslose

Chefredakteur einer großen Tageszeitung.“ (Ebd.) Druck nach außen, weil der Großteil der Kinogänger auf breite Unterhaltung schwört und Kinoaktivierung fast immer als *wichtiges Thema* gilt, denn als *guter Film*. „Weil es auf dem gesellschaftlichen Parkett, in Politik, Wissenschaft und ‚Hochkultur‘, unwichtig ist, ob man das kleine Einmaleins des Kinos kennt. Weil große Verleiher das gewünschte Medienecho bevorzugt über Kontroversen steuern. Weil die Grenzen zwischen Marketing und Gehirnwäsche fließend sind.“ (Ebd.) Ganz gleich ob Print- oder Online-Kritik, „investigativer Journalismus, der zum Beispiel nach der Realität der Förder- und Subventionspolitik fragt, existiert praktisch nicht.“ (Ebd.)

Im Gegensatz dazu hätte die Filmkritik nach Wolfram Schütte in ihrer gesellschaftlichen und aufklärerischen Funktion folgendes zu leisten:

„(...) vor allen Dingen: erstens Nachrichten geben von dem, was der Öffentlichkeit vorenthalten wird; zweitens dafür plädieren, daß mit allen ökonomischen und kulturpolitischen Mitteln der Raum der Film-Öffentlichkeit für möglichst viele, unterschiedliche, ästhetisch 'ungleichzeitige' Produkte offengehalten wird; drittens daran arbeiten, daß die Öffentlichkeit die Wahrnehmungsfähigkeit zusammen mit dem Wunsch behält, sich diesen Reichtum des Verschiedenartigen anzueignen.“ (1998: 32f.)

Der Eintrag des Filmlexikons von Charles Reinert definiert Filmkritik als „... die Beurteilung eines Films von künstlerischen, technischen, weltanschaulichen, soziologischen, psychologischen Gesichtspunkten aus.“ (1946: 197f.) Auf welche Kritikpunkte der Verfasser mehr oder minder Wert legt, bleibt letzten Endes freigestellt, was die Definition des Filmlexikons als verallgemeinernd und praxisfern kennzeichnet. Hält man sich an die Definition der Filmunternehmen, wäre die oberste Instanz der Filmkritik, die positive Bewerbung und Vermarktung des Produktes, das sie behandelt. Bereits Béla Balázs lehnte sich gegen eine solche Funktionalität der Filmkritik auf:

„Ihre Branche interessiert mich ... gerade so wenig, wie sie das Publikum interessiert. Wir beurteilen nur *die Produktion*, den Film selbst, und nehmen uns heraus, unsere Meinung zu sagen.“ (Balázs 1924: 317)

Der Dichter und Filmkritiker Béla Balázs betrachtet den Filmkritiker als unabhängige Instanz von der Filmindustrie, ohne jedoch den Warencharakter des Films zu leugnen (vgl. Thiele 2007: 74).

Der Autor Friedrich Kracauer sieht die Aufgabe des Filmkritikers darin, Filme, welche ihm zu Folge immer als Spiegelbild gesellschaftlicher Verhältnisse verstanden werden sollten, aus ihrer filmischen Scheinwelt herauszulösen, um sie mit der gesellschaftlichen

Wirklichkeit zu konfrontieren: „Kurzum, der Filmkritiker von Rang ist nur als Gesellschaftskritiker denkbar.“ (Kracauer 1932)

Rudolf Arnheim verdeutlicht, dass der „fachliche Filmkritiker“ einen Film nicht als Einzelleistung zu bewerten hat und einem Film, „der als ganzer schlecht“ ist, auf wenigstens einen Fortschritt untersuchen muss, wie beispielsweise ein Darsteller, „der bei besserer Behandlung Gutes leisten könnte.“ (1979: 171) Weiters habe er zu erkunden, wo der Fehler sitzt und wie er künftig zu vermeiden wäre. „Der Filmkritiker sieht die Filmproduktion der ganzen Welt als eine einheitliche Arbeit, in der jedes einzelne Werk seinen Platz hat. Diesen Platz nachzuweisen, ist Aufgabe des Kritikers.“ (Ebd.)

Wilmont Haacke definiert Filmkritik „(...) vor allem [als] eine journalistische Aufgabe, dann erst hat sie künstlerische Aufgaben zu erfüllen.“ (1962: 19)

Ob Kunstrichter höchster Ordnung, neutraler Vermittler, Informant oder Gesellschaftskritiker (vgl. Thiele 2007: 77), die Filmkritik hat gewiss nie bloß eine Funktion. Der Filmwissenschaftler David Bordwell bemerkt dazu, dass die Filmkritik in verschiedene Richtungen wirken kann: Da gäbe es den Unterhaltungs-Journalismus und Kunst-Journalismus der sich vom „haute journalism“ abhebt und der in Film-Magazinen wie *Cineaste*, *Cinema Scope* und teilweise in der *New York Review of Books* zu finden ist (vgl. Bordwell 2010).

“There’s also research-based criticism, published in specialized venues like *Cinema Journal* and in semi-specialized journals like *Film Quarterly* (which seems to be moving toward haute journalism). And of course academics have written whole volumes of film criticism-through-composed books, not collections of published reviews.” (Ebd.)

Stellt man die publizistische Funktion, die Filmkritik als informierende Instanz, die ihrem Leser als Selektierungswerkzeug dient, in den Vordergrund, so nimmt sie gleichermaßen eine unterhaltende und bildende Funktion ein (vgl. Thiele 2007: 77) und könne in weiterer Folge ganz im Sinne Wolfram Schüttes „...den Leser selbst zum potenziellen Kritiker des Films (und des Filmkritikers)“ (1968: 71) machen.

In David Bordwells und Kristin Thompsons „Film Art: An Introduction“ (2009) widmet sich das zweite Kapitel alleinig der Definition des Wesens der Filmkritik. In Bordwells Blog-Artikel „In critical condition“ fasst er dieses Kapitel abermals zusammen, indem er feststellt, dass die Kritik ihre Werke (A) beschreibt: Filmkritiken „summarize plots, describe scenes, characterize performances or music or visual style“ und sind meist Perspektiven-gesteuert, da eine Beschreibung objektiv und kalt oder auch sympathisierend und warm geschrieben

sein kann (vgl. Bordwell 2008); (B) analysiert, wobei sich die Analyse nicht auf visuelle Komponenten beschränken muss: "You can analyze plot construction. You can analyze an actor's performance; how does she express an arc of emotion across a scene? You can analyze the film's score; how do motifs recur when certain characters appear? Because films have so many different kinds of "parts," you can analyze patterns at many levels." (Ebd.); (C) interpretiert: "This activity involves making claims about the abstract or general meanings of a film." (Ebd.); und (D) evaluiert: "This seems pretty straightforward. If you declare that THERE WILL BE BLOOD is a good film, you're evaluating it. For many critics, evaluation is the core critical activity; after all, the word *critic* in its Greek origins means *judge*. Like all the other activities, however, evaluation turns out to be more complicated than it looks." (Ebd.)

Der Autor erklärt die Aufteilung der verschiedenen Prozesse der Filmkritik als Beitrag und Hilfestellung zum Verständnis des Kritikers für seine ausführende Position innerhalb dieses Prozesses sowie um die verschiedenen Formate der Kritik darzustellen. Innerhalb der Medien Zeitung, TV und Internet erscheinen Kritiken in ihrer jeweilig zugehörigen Form: Als Review, als akademischer Artikel bzw. Buch und als kritisches Essay. Die Review gilt dabei als jene Gattung, die im Journalismus anzusiedeln ist, weil sie in regelmäßigen Abständen erscheint und dem Leser einen groben Überblick des behandelten filmischen Werkes verschafft.⁴⁵ Als akademischer Artikel bzw. Buch offeriert die Filmkritik einen tieferen Einblick in einen oder mehrere Filme, wobei sie voraussetzt, dass der Leser den jeweiligen Film gesehen hat, um nicht vorab alle Details des Handlungsverlaufes zu erfahren.⁴⁶ Das kritische Essay gilt nach Bordwell als Mischung der anderen beiden Variationen der Filmkritik, da sie länger als eine Review, jedoch meinungslastiger und persönlicher als ein akademischer Artikel ausfällt.⁴⁷ Ein Kritiker könne somit auch auf allen drei Plattformen basierend schreiben, während die Grenzen zwischen jenen Kategorien durchlässig sind. Bordwell beschreibt den US-Filmkritiker Roger Ebert als den Kritiker, „known chiefly for his reviews,

⁴⁵ "A review is a brief characterization of the film, aimed at a broad audience who hasn't seen the film. Reviews come out at fixed intervals—daily, weekly, monthly, quarterly. They track current releases, and so have a sort of news value. For this reason, they're a type of journalism." (Bordwell 2008)

⁴⁶ "An academic article or book of criticism offers in-depth research into one or more films, and it presupposes that the reader has seen the film (or doesn't mind spoilers). It isn't tied to any fixed rhythm of publication." (Bordwell 2008)

⁴⁷ A critical essay falls in between these types. It's longer than a review, but it's usually more opinionated and personal than an academic article. It's often a 'think piece,' drawing back from the daily rhythm of reviewing to suggest more general conclusions about a career or trend. Some examples are Pauline Kael's 'On the Future of Movies' and Philip Lopate's 'The Last Taboo: The Dumbing Down of American Movies.' (2) Critical essays can be found in highbrow magazines like *The New Yorker* and *Artforum*, in literary quarterlies, and in film journals like *Film Comment*, *Cinema Scope*, and *Cahiers du Cinéma*." (Bordwell 2008)

but his *Great Movies* books consist of essays. J. Hoberman usually writes reviews, but he has also published essays and academic books.” (Ebd.)

Bringt man diese Form der Definition von Filmkritik in Zusammenhang mit den Bloggern als „Filmkritiker der Blogosphäre“, so stellt man fest, dass es prinzipiell möglich sein müsste, deren Werke ihren jeweilig zugehörigen Plattformen (Review, akademischer Artikel, kritisches Essay) zuzuweisen. Da jedoch jeder Blogger seines eigenen Blogs Schmied ist und sich womöglich gar keiner bestimmten Plattform zuordnen möchte oder es nicht kann, weil ihm diese verschiedenen Variationen der Filmkritik gar nicht bekannt sind, gilt die Verwirklichung dieser Art der Zuordnung, auch wenn sie eine höchst positive – nämlich eine das Durcheinander der Online-Filmkritiken ordnende – Funktion hätte, als unwahrscheinlich. Darüber hinaus ist eine der grundlegenden Eigenschaften der Blogs, dass sie *frei* in ihrer Gestaltung sind, sich nicht einer bestimmten Thematik oder einer Zuordnung fügen müssen und nach Belieben, ganz nach den Ansprüchen des Urhebers, wandelbar sind.

2.3 Jeder ist ein Filmkritiker

Das Filmblog beurteilt, lobt, verschmäht, unterhält und informiert seine Leser über Filme, deren Darsteller, Regisseure, Produzenten etc. und das in allen erdenklichen Genres. Einige Blogs sind bestimmten Genres verschrieben, andere behandeln Filme aus allen Genre-Richtungen quer durch die „Film-Plantage“. Es finden Dialoge statt innerhalb welcher Kritik geübt wird. Wer sich mit welcher Berechtigung als Filmkritiker bezeichnen darf, ist nicht festgelegt, während auch die Ausbildungswege publizistischer Tätigkeiten keinen strikten Vorschriften folgen.

“Criticism is not an activity limited to those people who write articles or books about films“, heißt es nach Bordwell/Thompson, was Filmkritik nicht ausschließlich auf die Tätigkeit der schriftlichen Abhandlung definiert. Weiter heißt es:

“Any person who seeks actively to understand film he or she sees is engaged in process of criticism. (...) People who discuss a film they have seen are participating in criticism.” (Bordwell/Thompson 2003: 413)

Filmkritik wird demnach als Prozess definiert, in welchem man auch lediglich durch das Reflektieren von filmischen Werken innerhalb eines Gesprächs involviert ist. Filmblogs von hoher Frequentierung offerieren oftmals intensive und umfangreiche kritische Auseinandersetzungen zwischen verschiedenen Bloggern über ein rezipiertes Werk, welche im Hinblick auf die spontane Schreibweise und der Wortwahl innerhalb der Kommentare als

Diskussionen auf textueller Ebene gewertet werden können. Somit handelt es sich nach Bordwell/Thompsons Definition um Teilnehmende des Prozesses der Filmkritik.

Auch wenn Bordwell der Filmkritik somit eine evaluierende Rolle zuschreibt, so schließt er dennoch nicht ihre beurteilende Funktion aus. Die Kritik als Beurteilung umfasse in erster Linie die Bestimmung der Exzellenzkriterien, die in qualitativ hochwertigen Filmen zu erkennen sind. Man müsse also zwischen Geschmack und Beurteilung unterscheiden:

“The difference between taste and judgment emerges in this way: You can recognize that some films are good *even if you don't like them*. You can declare BIRTH OF A NATION or CITIZEN KANE or PERSONA an excellent film without finding it to your liking.” (Bordwell 2008)

Diese Exzellenzkriterien, wie Bordwell sie nennt, seien zwar nicht ausschließlich „objektive“ Urteile, jedoch weisen sie intersubjektive Gültigkeit auf, da sie nicht nur vom eigenen Geschmack ausgehen:

“Most people recognize some general criteria of excellence, such as originality, or thematic significance, or subtlety, or technical skill, or formal complexity, or intensity of emotional effect. There are also moral and social criteria, as when we find films full of stereotypes objectionable. All of these criteria and others can help us pick out films worthy of admiration. These aren't fully “objective” standards, but they are *intersubjective* – lots of people with widely varying tastes accept them.” (Ebd.)

Es geht also darum, mehrere dieser Kriterien zu diskutieren und sie in die Beurteilung eines Films miteinzubeziehen:

“I may like a film a lot, but that doesn't make it good. (...) Criteria are intersubjective standards that we can discuss; taste is what you feel in your bones. A critical piece that merits serious thinking tends to appeal to criteria that readers can recognize, and dispute if they choose.” (Bordwell 2010)

Beurteilungskriterien als intersubjektive Standards innerhalb einer Filmkritik sollen dem Leser (als nicht-Spezialisten) Aufschluss über die schöpferische Kunstfertigkeit eines filmischen Werkes geben. Diese Ansicht erinnert an André Bazins Forderung der intersubjektiven Gültigkeit an die Filmkritik (vgl. Kap. 2.2). Für Bordwell hat die Filmkritik ebenso eine übersetzende Funktion, welche in Form eines Essays o. Ä. eine hervorragende Möglichkeit biete, um einen erörternden Beitrag zur Erweiterung des Kunst- und Filmverständnisses des Rezipienten zu leisten. Er bezeichnet die Kritik in dieser Form als „Lehrer“:

“Opinions need balancing with information and ideas. The best critics wear their knowledge lightly, but it's there. To be able to compare films delicately, to trace their historical antecedents, to explain the creative craft of cinema to non-specialists: the

critical essay is an ideal vehicle for such information. The critic is, in this respect, a teacher.” (Ebd.)

In weiterer Folge sei eine Filmkritik nach Bordwell auch ein Überbringer von Ideen zum jeweiligen Kunstverständnis des Autors der Kritik und dessen historischer, politischer, soziologischer Einordnung des behandelten Werkes:

„A critic of lasting value offers a vision of cinema, of the arts more generally, of society or politics or something beyond the individual movie. For Sarris, the key idea was directorial authorship. For Parker Tyler, it was the idea that popular culture spasmodically threw up surrealistic material. For Farber it was the prospect that the studio system nurtured films, or moments, that hinted at speed, harshness, and darkness. Sontag clung to the hope that cinema could carry on the program of post-World-War-II modernism. For Ebert, what seems central is the belief that cinema can yield humane wisdom that forms a guide for living. Beyond our shores there were Arnheim, Bazin, Eisenstein (yes, he wrote film criticism), the *Cahiers* and *Positif* crews, and many more. Their powerful and provocative ideas yielded new ways to think about any movie.” (Ebd.)

Insofern darf man also eine Reihe von Erwartungen an die „selbsternannten Kritiker“ stellen. Unverzichtbar sind vor allem die Erläuterungen zu einer filmischen Beurteilung: Es darf nicht an Ausführlichkeit innerhalb der Argumentation fehlen. Des Weiteren ist sprachliche Präzision zu erwarten – nicht zuletzt, um den „Bildungsauftrag“ einer Kritik zu erfüllen. Und es wäre sowohl für den Verfasser als auch für den Leser von Vorteil, wenn der Inhalt der Kritik nicht das Produkt des Widerkäuens anderer Meinungen, Urteile und Kritiken verkörpern würde, um ein eigenständiges Gedankengut darzustellen und somit einen neuen Beitrag zum Kunstverständnis zu leisten.

In diesem Sinne erwartet der Filmemacher Christoph Hochhäusler von einem Kritiker die nötigen „Werkzeuge, Denkfiguren und Modelle“ (2005), die dem Leser den Blick erweitern, um mit Filmen oder allgemeiner mit sozialen und ästhetischen Phänomenen umgehen zu können, denn „Zugriffe eines Kritikers [können] unsere Wahrnehmung schärfen“. (Hochhäusler 2005) Im besten Fall lerne man nicht nur einen Film kennen, sondern auch, das eigene Leben neu zu sehen, wie es Texte von Serge Daney, Frieda Grafe, Pauline Kael oder François Truffaut zu tun pfleg(t)en (vgl. ebd.).

Wissenschaftler der Universität Hohenheim haben im Jahr 1995 Daten, die Aufschluss über das berufliche Selbstverständnis der Filmrezensenten geben, erhoben (vgl. Rössler 1997: 133-140).⁴⁸

„Die Kritiker halten vor allem die Bewertung des Films und Angaben zum Inhalt für unverzichtbar, danach personenbezogene Daten über Schauspieler und den Regisseur. Anmerkungen zur Dramaturgie, filmästhetische und filmhistorische Einordnungen erscheinen nicht ganz so wichtig, Hinweise zur Technik und Ausstattung gar entbehrlich, ebenso ein Filmfoto zur Illustrierung. Die Zuschauer erwarten von einer Filmbesprechung zunächst sachliche Informationen über den Inhalt des Films und die Mitwirkenden. Bewertungen wünschen sie hingegen nicht. Ein Viertel der Befragten sieht in der Filmkritik durchaus eine Entscheidungshilfe. Werbung und die Empfehlungen von Freunden aber geben den Ausschlag.“ (Thiele 2007: 79; Rössler 1997: 133-140)

Laut Thiele seien diese Ergebnisse als Appell an die Filmkritiker zu verstehen, sodass sie sich weniger der Einordnung und Bewertung eines Films, denn der Bewerbung des selbigen widmen mögen. Es seien aber auch genau diejenigen, die den Vorwurf erheben, „das Publikum nicht so zu informieren, wie es sich das wünscht (...), denen Werbung lieber ist als Kritik.“ (Ebd.)

Letztendlich verfügt die Online-Filmkritik jedoch über einen anderen Charakter als die der Printmedien. Da sich eine Online-Kritik rapide zu einem *Dialog* von Kritiken erweitern kann, bleibt sie mit ihren Comments und Verlinkungen⁴⁹ niemals als einzelne (poetisch-) kritische Abhandlung stehen. Sie befindet sich in einem partizipativen Prozess mit der Devise: Je mehr Widerhall bzw. Zuspruch umso besser. Erst die Rückmeldung, die Reaktion des Rezipienten auf eine im Netz veröffentlichte Botschaft, ob positiv oder negativ, bestätigt dem Verfasser die erfolgreiche Adressierung.

Somit wird die Filmkritik im Netz ebenso unter ihren jeweiligen Bedingungen geschrieben. Es handelt sich dabei nicht um jene Bedingungen, die Druck auf den Autor

⁴⁸ Es wurden feste und freie Mitarbeiter aller Vollredaktionen in Deutschland nach den Aufgaben der Filmkritik allgemein, nach den unverzichtbaren Elementen einer Kritik, nach dem Personenkreis, den sie erreichen wollen und nach der vermuteten Wirkung ihrer Arbeit befragt und darüber hinaus wurden diese Daten mit jenen Ergebnissen aus einer Publikumsbefragung, in welcher Kinobesucher darüber befragt wurden, inwieweit Filmkritiken sie beeinflussen, sich für oder gegen einen Kinobesuch zu entscheiden, welche Elemente Kritiken enthalten sollten und was sie tatsächlich in den Kritiken finden, verglichen (vgl. Thiele 2007: 79).

⁴⁹ Um das Weblog-Phänomen zu verstehen ist es entscheidend, Links nicht lediglich als Anhängsel oder Verweise, sondern als elementaren Bestandteil des Formats zu betrachten. Oftmals wird ein Blogbeitrag erst dann verständlich, wenn man seinem Link zu einer anderen Quelle folgt (vgl. Armbrorst 2006: 47f).

ausüben, weil sein Schreibgut an eine bestimmte Leserschaft gerichtet zu sein hat, damit es sich auch verkauft. Genau das sei laut dem Filmkritiker Ekkehard Knörer der entscheidende Vorteil, den Blogs vorzuweisen haben: Freiheit.

„Die völlige Freiheit zu schreiben über das, was man liebt, das, was einem wichtig ist, über das, was man und sei's noch so zufällig neu oder wiederentdeckt. Das alles ohne ‚news hook‘, ohne Relevanzdruck, ohne Anlass zur Kritik.“ (Knörer 2008a)

Online-Filmkritik weist einen differenten Charakter im Hinblick auf die Adressierung auf, da ihr Verfasser nicht für eine bestimmte, festgelegte Leserschaft schreibt, sondern für eine „zukünftige, nicht als schon ausgemachte Leserschaft.“ (Knörer 2008a) Als Blogger schreibt man nicht für eine Leserschaft als Zielgruppe, die es möglichst genau anzusprechen gilt, sondern für eine „kommende, als im Virtuellen zusammenkommende Gemeinschaft von Menschen, die mit einem die Interessen, die Leidenschaften teil[t].“ (Ebd.) Es handelt sich um eine potenziell anders strukturierte Leserschaft, was laut Knörer eben dieser große Vorteil der Veröffentlichung im Internet sei. Der Verfasser *wird* von seiner Leserschaft *gefunden*. Die Stilisierung seiner Texte, seine Auswahl der zu behandelnden Themen, sowie die Art und Weise, wie er die Aufmerksamkeit der Community erregt entscheiden, von *welcher* Leserschaft der Verfasser entdeckt wird (vgl. ebd.).

Diese Freiheit ist aber wiederum eine der neuen Bedingungen, unter welcher Filmkritiken im Internet verfasst werden und ihre Funktion verändern können: Oftmals dient sie lediglich zur Verbreitung des Selbst innerhalb der Community. Dies würde bedeuten, dass Blogger in gewisser Weise dennoch *für* eine Leserschaft schreiben, aber nicht aus der Intention heraus, das zu schreiben, was die Leserschaft gerne hören möchte. Der Verfasser ist befähigt, seine persönliche Ansicht auszudrücken, um seinen wahren Gedanken und Meinungen Gehör zu verleihen. Sollten diese Ausformulierungen einen gewissen Anreiz bieten, so werden sie entdeckt und zwar nicht von einer Texte konsumierenden Leserschaft, da es sich ja nicht „nur“ um Leser handelt, sondern Großteils von Bloggern, die selbst als Autoren fungieren und durch deren Widerhall im besten Falle eine Diskussion in Gang gesetzt wird. Somit wird mehr diskutiert, es werden ständig Informationen, Fakten und Meinungen ausgetauscht – viel mehr, als im veralteten Sender-Empfänger-Konzept. Wie sollte diese stark verbreitete und in den Usern verinnerlichte Diskussionspraxis denn keinen Einfluss auf das Medium Film und seine Rezeption nehmen?

2.4 Blogs: Wiederbelebung der Filmkritik

“Before the Internets, did people fret as much about movie criticism as they do now?”
(Bordwell 2010)

Der Filmkritiker, Filmwissenschaftler und Autor David Bordwell stellt hier eine berechnete Frage, wenn man die Entwicklungen der „totgeglaubten“ Filmkritik in den letzten Jahren betrachtet, welche Bordwell in Form eines Dialogs innerhalb eines Melodrams stimmig zusammenfasst:

“Film criticism is dead.

No, it’s not! It’s alive and well on the Web.

Hah! Call that criticism? Nobody can be a movie critic unless they (a) write for print publication; (b) have been doing it for x years; (c) are a member of a critics’ professional society; and/ or (d) get paid for it.

Well, the track record of the official movie critics isn’t that great. Most are forgotten the minute they’re published.

Infinitely more awful is what you read on the Net. At least print critics kept up standards; there were gatekeepers (also called editors) and a literate public.

The result being....? When has a print critic of recent years equaled the greats of the past—Agee, Farber, Sarris, Kael?

Same thing goes for the Net. Blogs and websites don’t show me anything like that level of achievement. What I see is amateur hour.

Yeah? Well, bloggers and netwriters have passion!

But not a passion for using Spellcheck.

So if print criticism is so valuable, how come all those professional critics are getting fired?

Film criticism is dead.

Repeat as often as you like.” (Ebd.)

Die Position des Blog-Kontrahenten dieses Dialogs lässt sich direkt auf die Meinung des Filmkritikers Josef Schnelle⁵⁰ übertragen, der das Medium Filmblog, in einem Online-Beitrag der *Berliner Zeitung*, zum Hauptverantwortlichen im Zusammenhang mit dem Untergang der Kritik in Print-Medien verurteilt. Es soll alles mit „Siskel und Ebert“, einer US-Fernsehsendung von Roger Ebert, begonnen haben, welcher „aktuelle Kinofilme nach dem Prinzip ‚Daumen hoch oder Daumen runter‘ verhandelt“ (Schnelle 2008) und somit „Filmkritik als Warentest“ (ebd.) betreibt.

„Vor ein paar Wochen verteidigte Roger Ebert noch sehr vehement seine Nachahmer im Internet. Jetzt hat der Filmkritiker der *Chicago Sunday Times* das Ende seiner Fernsehshow (inzwischen ohne Eugene Siskel, der 1999 gestorben ist, stattdessen mit seinem Kollegen Richard Roeper) angekündigt. Schluss mit ‚Daumen rauf oder runter‘ also. Einer der Gründe dafür ist der immer stärker werdende Einfluss der

⁵⁰ Josef Schnelle ist langjähriger Vorsitzender des Verbandes der deutschen Filmkritik (vgl. Knörer 2008b).

Blogs auf die traditionell eher akademische amerikanische Filmkritik. Diverse Zeitungen wie die einflussreiche *New Yorker Village Voice* (viele, vor allem europäische Filme laufen nur in New York; die publizistische Beachtung dort bestimmt maßgeblich das Schicksal eines Films), aber auch die *L.A. Times* haben ihre fest angestellten Filmkritiker entlassen. Schließlich, so das Hauptargument, gäbe es ja genug Informationen zu den aktuellen Filmen im Internet. (...) Wer braucht da noch eine professionelle Filmkritik?“ (Ebd.)

Schnelle begründet das Verschwinden der Kunst- und die Literaturkritik auch mit dem Problem, dass Printjournalisten immer „zu wenig Platz [hätten] - ein Problem, das in den Internet-Blogs völlig unbekannt ist.“ (Ebd.) Die Haltung, dass jeder ein Filmkritiker sein könne (Schnelle gibt hier die Beispiel-Blogs *Indiewire.com* und *Cinematical.com* an) bedrohe die „Spezies“ der wahren Filmkritiker. Laut Schnelle würden auch Filmemacher (er nennt Theo Angelopoulos, Wim Wenders, Werner Herzog, Tom Tykwer und Christian Petzold) nur schreibend in Deutschland durchgesetzt, denn das Vermächtnis der professionellen Kritik sei es, neue Trends mit ästhetischen Standards zu setzen, im „Experiment von Heute den Mainstream von Morgen“ zu entdecken und dem Zuschauer zum Wagnis des Kinobesuches anzuregen (vgl. ebd.). Er sieht den Siegeszug der Blogs auch als Rückfall für den Film als Kunst:

„Schließlich dachten schon immer alle, dass Film keine Kunst ist und dass deshalb alle ohne jede Vorbildung etwas zum Kino sagen können. In den deutschen Blogs herrscht der Warentest: Daumen hoch - Daumen runter. Tausende Blogger greifen die Filmkritik an. Jeder kann ein Kritiker sein. Doch neue Kinotrends werden so niemals entdeckt.“ (Ebd.)

Obwohl die Filmkritik in Deutschland bisher kaum bedroht ist, sieht Schnelle die Entwicklung der Blogs, wie sie in den USA vor sich ging, auch hier in den Startlöchern. Er fügt zwar hinzu, dass es innerhalb des neuen losgelösten Mediums auch seriöse Angebote gäbe (als Beispiel: Das *Titel*-Magazin, in welchem Wolfram Schütte, einer der einflussreichsten Filmkritiker der *Frankfurter Rundschau* und Feuilletonchef, schreibt), jedoch handle es sich hierbei um Randerscheinungen im Bild der Medienentwicklung (vgl. ebd.). Auch versteht er den Beweggrund Schüttes nicht im Geringsten:

„Den kenntnisreichen und engagierten Pensionär Wolfram Schütte würde jede deutsche Zeitung gern drucken. Warum wählt er das Netzversteck, in dem sich hauptsächlich Dilettanten und Abschreiber herumtreiben?“ (Ebd.)

Als Prognose für die Zukunft glaubt er, dass kommende Kritiker-Talente es durch die „kritiklos verlängerte Werbung“ der Filmblogs bedeutend „schwerer haben [werden], Gehör zu finden“. (Ebd.) Abschließend stellt er fest: „Das Kino braucht die Filmkritik. Auf Blogs kann es verzichten.“ (Ebd.)

Schnelles negative Prognose steht im direkten Kontrast zu den jüngsten Ereignissen rund um Roger Eberts Show, der seine wöchentlich ausgestrahlte Fernsehserie mit der Betitelung „Ebert Presents At The Movies“ zu neuem Leben erweckt, indem er an der Seite der Filmkritikerin Christy Lemire (*Associated Press*) den 24 Jahre jungen und talentierten Filmkritik-Blogger Ignatiy Vishnevetsky (*CineFile.info.com* und *Mubi.com*) als Sendungskritiker auftreten lässt (vgl. Kap. 4). Dem eigenen Ich Gehör zu verleihen ist im Zeitalter der großen Netz-Community, welche im Übermaß persönliche Interessen teilt und mit leichten Mitteln zugänglich ist, nahezu jedem möglich. Diese Gegebenheit gab dem jungen Filmkritiker die nötige Unterstützung, seiner Passion Ausdruck zu verleihen und sie in weiterer Folge zu seiner Berufung zu machen. Steven Zeitchik schreibt in einem Online-Artikel der *Los Angeles Times*, dass dies vor zwanzig Jahren unmöglich gewesen wäre: Jemand wie Vishnevetsky hätte womöglich viele Jahre seines Lebens für Jobs verschwendet, die weit von den Aufgaben eines Kritikers entfernt liegen, „before a newspaper might even give him the chance. These days, it happens almost overnight. (Ebert, for instance, was able to quickly go online and spot a full body of work after overhearing him talk at a Chicago screening.)“ (Zeitchik 2011) Der 24-jährige Filmkritiker Vishnevetsky erkennt, insbesondere in Anbetracht des Rückgangs von Einfluss und Rang der Print-Kritik, ein großes Potenzial in der Online-Filmkritik:

“There’s so much criticism on the Internet. It’s huge. And the bigger the group, the more greatness could possibly be found in it (...). Criticism will survive even if no one’s paying for it. Obviously it’s better if people are paying for it. But the fact that artists weren’t able to make a living from their work hasn’t detracted from the quality of that work. Charles Ives was the second greatest composer in American history and he worked in insurance his whole life.” (Ebd.)

Für ihn besteht das Wesen einer Kritik auch nicht darin, zu besprechen, ob ein Film gut oder schlecht ist, denn das sei keine Kritik, sondern vielmehr das Gegenteil davon (vgl. ebd.). Letztendlich unterschätzt Josef Schnelle nicht nur die Qualitäten von Eberts Sendungsformat, sondern auch jene, die die Blogosphäre offenbar zu bieten hat.

Für Georg Seeßlen haben sich die „Kriterien für eine gute, engagierte, erfüllte und begeisterte/begeisterte Filmkritik (...) durch das Internet keinen Deut geändert,“ (NEGATIV 2011) denn eine gute Filmkritik bleibt eine gute Filmkritik, „egal ob man sie in einer Zeitung, im Radio oder im Internet aufnimmt.“ (Ebd.) Die neue Situation des Konsums und der leichteren Veröffentlichungspraxis im Internet sieht er ebenfalls als positive Entwicklung:

„Damit sind auch jene zur Filmkritik befähigt, die vordem keinen Zugang zu den Medien hatten. Und Film-Wissen wird von einer elitären zu einer kollektiven

Angelegenheit, bei der sich auch die Grenzen zwischen dem Professionellen und dem Amateurlen auflösen.“ (Ebd.)

Als Kehrseite davon sieht er die Anhäufung von Überflüssigem und Ärgerlichem:

„Der Demokratisierung des Film-Wissens steht – im übrigen im deutschen Sprachraum offensichtlich ausgeprägter als etwa im angelsächsischen – eine bizarre Destruktion des primären Mediums der Filmkritik, der Sprache gegenüber. Viele von jenen, die Filmkritiken im Internet veröffentlichen, meinen (irrtümlich), Sprache sei nicht so wichtig (manche von ihnen „beherrschen“ die Sprache nicht nur nicht, sondern scheinen sie regelrecht zu hassen).“ (Ebd.)

Die „Kollektivierung des Film-Wissens und der Film-Beurteilung“ sei immer auch ein ambivalenter Vorgang,

„der nur dann Früchte tragen kann, wenn er seinerseits kritisch und selbstkritisch begleitet wird. Denn schon immer bestand Filmkritik von Rang auch in der Fähigkeit, neben dem Film und ‚seiner‘ Gesellschaft auch das eigene Medium, die Sprache im allgemeinen, die Gattungen der Print- oder Elektronik-Medien andererseits, mit zu reflektieren.“ (Ebd.)


Josef Schnelles „flammende Verteidigung der klugen, analytischen Filmkritik auf Zeitungspapier“ (Knörer 2008b) mag also auch aus einer Bemänglung der qualitativen Leistung der Online-Publikationen heraus rühren. Für den Filmkritiker Ekkehard Knörer sei diese jedoch als Reaktion auf den „Gegenwind aus dem Netz“ zu bewerten, weil er „bisher unangefochten auf dem hohen Ross in seinem Qualitätsfeuilletons saß“ (ebd.). Knörer selbst bewertet diesen Gegenwind allem voran als Segen, der von Qualitätsangeboten strotzt:

„Wenigstens das ganz exzellente *Auteurs Notebook* muss erwähnt werden, in dem auf hohem - durchaus auch akademischem Niveau - Filme besprochen werden. Oder Dave Kehrs Blog, in dessen Kommentarsektion die Prominenz der US-Filmkritik mitdiskutiert. Oder die Website von Jonathan Rosenbaum, dem vielleicht wichtigsten Kritiker seiner Generation, der jetzt im Ruhestand zum Blogger geworden ist. (...) Und mit *Pinocchio Theory*, wo der Theorie-Star Steven Shaviro rücksichtslos Kluges und Linkes und Theoretisches auch über Filme veröffentlicht? Und mit der *Self Styled Siren* oder Academic Hack und Filmbrain (da gibt es gerade interessante Einblicke in das miserable Niveau der Filmkritik in *Time* und *Newsweek* in den fünfziger und sechziger Jahren), Flick Philosopher und und und? Da werden Tag für Tag Texte publiziert, von deren analytischem und sprachlichem Niveau weite Teile der deutschen Filmpublizistik nur träumen können.“ (Ebd.)

Zu den von Schnelle erwähnten Entlassungen der *Village Voice* fügt Knörer hinzu, dass der „legendäre J. Hoberman (..) nach der Entlassung von Nathan Lee durchaus weiter als Redakteur tätig [ist]“ (ebd.) und dass Schnelles „paranoides Szenario“ (ebd.), das den Angriff der Blogger meint, auf die USA keineswegs zutrifft. Blogger seien längst dort, „wo sich die

Print-Kritik den Platz, die Zeit und die Radikalität nicht mehr leisten will oder kann oder darf, die es für eine gründliche Auseinandersetzung so unabdingbar braucht.“ (Ebd.) Freilich ist es wahr, dass es „unzählige Foren für belangloses Äußern von Meinungen im Internet“ gibt, welche „mit Filmkritik nichts zu tun [haben]. Das heißt aber nicht, dass der Großteil unbrauchbar sei, immerhin „(..) stehen in Zeitungen auch wenig informierte, von Vorurteilen geprägte Artikel. Das heißt ja auch nicht, dass Zeitungen generell ahnungslos sind.“ (Ebd.) Für Knörer verkörpert „die ungeheuer differenzierte, mit den unterschiedlichsten Stimmen und auf oft höchstem Niveau schreibende und argumentierende Blog-Szene in den USA“ einen „sehr eindrucksvollen Beleg dafür, dass die anspruchsvolle Filmkritik trotz oder sogar erst recht angesichts der sich umwälzenden Lage der Medien eine Zukunft haben kann und haben wird.“ (Ebd.)

Neben den bereits erwähnten Qualitätsblogs der Filmkritik verweist Knörer ebenso auf das Blog von David Bordwell und Kristin Thompson, „den womöglich einflussreichsten Filmwissenschaftlern der USA“. (Ebd.) Die anerkannten US-Filmwissenschaftler, Filmkritiker und Autoren haben gemeinsam die beiden Untersuchungen „Film History: An Introduction“ (2002) sowie „Film Art: An Introduction“ (2003) veröffentlicht, wobei „Film Art“ als eines der Standardwerke der Filmwissenschaft gilt. Seit September 2006 führen die beiden, innerhalb der Website *David Bordwell's Website on Cinema* (www.davidbordwell.net), das zugehörige Blog *Observations on Film Art* (www.davidbordwell.net/blog). Das Blog unterscheidet sich auf den ersten Blick von anderen Filmblogs dadurch, dass seine einzelnen Beiträge viel umfassender, länger und aufwändiger bearbeitet sind. Während des Lesens ist eine Spontanität genauso vorhanden, wie das „Blog-tümliche“ direkte Ansprechen des Lesers. Die Beiträge sind darüber hinaus von einer umfassenden Recherche geprägt, was Bordwells Blog als professionelles und qualitativ hochwertiges Filmblog definiert. Dasselbe gilt für das Design des Blogs: Es verfügt über ein eigens kreiertes Logo mit hohem Wiedererkennungswert sowie über eine übersichtliche und logische Strukturierung (siehe Abb. 8).


David Bordwell's website on cinema

Jacques Ledoux Professor of Film Studies
Department of Communication Arts
University of Wisconsin-Madison
curriculum vitae
bordwell@wisc.edu

HOME
BLOG
BOOKS

Film Art: An Introduction
Planet Hong Kong, second edition pdf online
The Way Hollywood Tells It pdf online
Poetics of Cinema pdf online
Figures Traced In Light
Ozu and the Poetics of Cinema pdf online
Exporting Entertainment: America in the World Film Market 1907-1934 pdf online

ESSAYS

Mad Detective: Doubling Down new
The Classical Hollywood Cinema Twenty-Five Years Along
Nordisk and the Tableau Aesthetic
William Cameron


Observations on film art

Kristin Thompson and David Bordwell

« earlier posts


PLANET HONG KONG: Directors reframed

Monday | January 17, 2011



Your beer kung-fu is pretty good: Christopher Doyle and Po Chi Leung (*Jumping Ash, He Lives by Night*, etc.). Hong Kong Film Festival, 1996. Photo by DB.

Navigate
Blog Home

 **The Frodo Franchise**
The Lord of the Rings and Modern Hollywood
by Kristin Thompson

Search

Readers' Favorite Entries

Bond vs. Chan: Jackie shows how it's done
Revisiting INCEPTION
INCEPTION; or, Dream a Little Dream within a Dream with Me
Now you see it, now you can't
The Cross
Scorsese, 'pressionist
METROPOLIS unbound
Foreground, background, playground
Film criticism: Always declining, never quite falling
Her design for living
Motion-capturing an Oscar
Light is a law
Kurosawa's early spring
Don't knock the blockbusters
(50) Days of summer (movies), Part 2
Has 3-D already failed?
Now leaving from platform 1
Your tax dollars at work for Michael Bay
Class of 1900
Invasion of the Brainiacs II

Abbildung 8: David Bordwell's Filmblog

Neben einer Auflistung der von Bordwell publizierten Bücher und Essays durch zugehörige Links, werden auch die „Reader's Favorite Entries“ in übersichtlicher Form präsentiert. Die einzige Werbeeinschaltung, die vorzufinden ist, verweist auf Kristin Thompsons Blog *The Frodo Franchise*, was dieses Blog ebenfalls von Weblogs anderer Betreiber unterscheidet, die meist eine Fülle von Werbeflächen zur Verfügung stellen (müssen).

Der Artikel Bordwells mit dem Titel „Film Criticism: Always declining, never quite falling“ (2010) inkludiert den oben vorgestellten Dialog eines Melodrams um die Filmkritik und beschäftigt sich demnach gesondert mit der Stellung, Bedeutung und den jüngeren Entwicklungen der Filmkritik im Internet. Er verweist u. a. auf den Online-Artikel „The Death of Film Criticism“ von Thomas Doherty⁵¹. In diesem Artikel wird, anhand von Publikationen zur Geschichte der Filmkritik in den USA,⁵² ein grober Überblick der selbigen geschaffen,

⁵¹ Thomas Doherty is a professor of American studies at Brandeis University and author of *Hollywood's Censor: Joseph I. Breen and the Production Code Administration* (Columbia University Press, 2007).

⁵² „In 2006, the Library of America bestowed its seal of approval with *American Movie Critics: An Anthology From the Silents Until Now*, edited by Phillip Lopate, a professor of creative writing and literature. *Scenes of Instruction: The Beginnings of the U.S. Study of Film* (University of California Press, 2007), by the film professor Dana B. Polan, and *Inventing Film Studies* (Duke University Press, 2008), a collection of metacritical articles edited by the film scholars Lee Grievesen and Haidee Wasson (...). Finally, just out in DVD, *For the Love of Movies: The Story of American Film Criticism*

wobei Doherty feststellt, dass sich die Filmindustrie und die zugehörige Filmkritik nicht in Symbiose zueinander entwickelt haben:

“Even when Hollywood turned to high-budget but lowbrow blockbusters in the 1980s, film criticism maintained its sharp edge and upward arc. Reviewing the decade, Peary, Lopate, and Roberts all give due regard to the salutary impact of Roger Ebert and Gene Siskel, the Chicago-based tag team whose television point-counterpoint, which made its debut nationally on PBS in 1978, brought a new level of film smarts to a video forum long dominated by dolts in turtleneck sweaters. (...)”

Then a different kind of termite art burrowed into the house that film criticism built. In the mid-1990s, the wide-open frontier of the blogosphere allowed young punks who still got carded at the multiplex to leapfrog over their print and video elders on user-friendly sites with hip domain names. If the traditional film critic was a professorial lecturer who lorded his superior knowledge and literary chops over the common rung of moviegoer, the Web slinger was a man-boy of the people, visceral and emotional, a stream-of-consciousness spurter with no internal censor or mute button. Listen to the war cry of the Internet Movie Critic ensconced at <http://home.earthlink.net/~usondermann>: ‘What sets me apart from the Siskel & Eberts of this world is a simple truth: I don't read books!’

The poster boy for the fanboy-as-critic is the bearded, gnomish taste master Harry Knowles. In 1996, Knowles executed an Internet end run around print film critics by setting up his own aisle seat at *Ain't It Cool News* (<http://aintitcool.com>). Soon his site was as coveted an imprimatur as the opposable thumbs of Siskel and Ebert. Knowles boasts two and a half million readers a day—though maybe ‘hits’ is a better measurement—which explains why Hollywood ads are now more likely to quote from Web sites than from print critics.” (Ebd.)

Dohertys Prognose für die Print-Medien lautet: Untergang. Blogger würden im Austausch zur Verdrängung der „printed page“ jedoch unendlich viel Platz frei halten für ihre Analysen, Links „to like-minded sites“ und „photo ‚captures‘ and streaming clips for illustration.“ (Ebd.) Die „print-bound critics“, die sich ihr Kritiker-Dasein in Form von Universitätstiteln oder jahrelanger Arbeit für Zeitungen und Magazine hart erarbeiten mussten, seien nun nichts weiter als “lumbering dinosaurs grouching about their own extinction,” die ersetzt werden durch „anonymous upstarts without portfolio but very much with a DSL hotline to Hollywood's prime moviegoing demographic.“ (Ebd.)

Selbst das von Bordwell veröffentlichte Blog bewertet Doherty als negative Entwicklung innerhalb dieses Dilemmas: „To watch their backs (...) most print critics have been forced into sleeping with the enemy“. (Ebd.) Obwohl der zynische Autor des Artikels

(2009) – a documentary mash note directed and written by the critic-scholar and now filmmaker Gerald Peary, a professor of communications and journalism and longtime film critic at *The Boston Phoenix*—sounds last call at the wake.” (Doherty 2010)

das Bordwell-Blog als „one of the most closely watched blogs“ bezeichnet, beurteilt er das unter „Zwang“ betriebene Projekt des akademischen Kritikers als „negligible (sorry, David), but the online work of the digital hordes is already making a substantial contribution to film scholarship – in the spirited parry and thrust of the dialogues, in the instant retrieval of past research, and in the factoid jackpots provided by the film databases.“ (Ebd.) Auch das Online-Gehen der Akademiker und namenhaften Filmkritiker erklärt er als einen weiteren negativen Beitrag zur ohnehin bereits prekären Situation der Filmkritik.

Bordwell reagiert auf Dohertys Ansichten, indem er seinen und Kristin Thompsons Anstoß des Betreibens von *Observations on Film Art* schildert:

“No heat forced Kristin and me to the Web. I set up a bare-bones site in 2000, including a vitae and a statement about what studying film meant to me, because people were sometimes writing me asking for such information. (...) When I retired in 2006, Kristin and I decided to recast the site as a supplement to our best-known book, *Film Art: An Introduction*. Our publisher McGraw-Hill funded an upgrade. But our efforts quickly went beyond spinning off the textbook. We treated *Observations* as our own magazine, with no pesky editors to tell us that a piece was too long or had too many stills. It offered a way to get our ideas out to a new audience, or maybe a bigger one.” (Bordwell 2010)

Darüber hinaus erfreut sich der Filmkritiker und Autor daran, nun auch kürzere Werke (nicht ganze Bücher) schreiben zu können, fügt aber hinzu, dass er, als „compulsive overwriter“, dennoch zur Verfassung längerer Beiträge innerhalb seines Blogs neigt (vgl. ebd.). Bezüglich Dohertys Definition von Kritik – “being paid to review movies that have just come out” (Doherty 2010) – bemerkt Bordwell, dass diese auf Kunst-Journalismus (bzw. Unterhaltungs-Journalismus) zutrifft und wie jede Form von Journalismus, “it is being squeezed by the decline in advertising revenue. So yes, print-based paid reviewing is waning.” (Bordwell 2010) Laut Bordwell verkörpert Kritik jedoch mehr als eine Rezeptions-Review:

“It includes what we might call haute journalism, as practiced in literary quarterlies, film magazines like *Cineaste* and *Cinema Scope*, and even occasionally in the *New York Review of Books* (which just got around to noticing Sokurov’s 2005 *The Sun*). (...) Each of these modes of criticism has its own conventions.” (Ebd.)

Schließlich erklärt Bordwell im Bezug auf die Qualitäten einer Kritik, dass Schreibstile überwertet sind und viele Menschen zu glauben scheinen, dass „gute“ Filmkritiken Meinungen in Prosa-Form zu sein haben. Laut Bordwell gäbe es jedoch eine Menge exzellenter Schreiber, die das Internet seinen Lesern offenbart und somit der Filmkritik mehr öffentliche Präsenz verliehen hat: „(...) without the Web they would probably never have found an audience. Although lively writing is always welcome, it gets heft and endurance

through its arguments, and that comes back to ideas and information as much as opinion.”
(Ebd.) Lebendiges Schreiben, wie Bordwell es nennt, ist das Bloggen allenfalls, wobei es
mitunter eine Reihe von verschiedenen Schreibstilen aufweist.

3. Blog-Beiträge, Blogger-Sprache, Blogger-Motivation

“What we write about does not define us as bloggers; it's how we write about it (frequently, ad nauseam, peppered with links).” (Hourihan 2002)

Im Allgemeinen werden Blog-Artikel, welcher Thematik sie auch immer zuzuordnen sind, in einer Art gängigen Form, wie sie für Blogs üblich ist, geschrieben. Die Schreibweise für/an einen oder in einem Blog weist ausgeprägte Stilisierungsmerkmale auf, die den Blogbeitrag als solchen unverkennbar machen. Der auffälligste Unterschied liegt in der Erzählperspektive: Ereignisse, Thematiken u. Ä. werden aus einem persönlichen Standpunkt geschildert, während Empfindungen und Gefühle in den Text mit einfließen. Nicht ausgeschlossen davon sind auch professionell geführte Blogs von Filmkritikern, Journalisten etc., deren Texte über qualitativ hochwertige Ausformulierungen verfügen. Es wird auch vom sog. „Plauderton“ gesprochen, im Zuge dessen sich die Sprache „immer mehr artikulierenden ‚Blog-Tönen‘ ungehemmter Subjektivität“ (Jarchow 2010) bedient: „Ein Sound, der alle besseren und geleseneren Blogs zu kennzeichnen beginnt. Das neue Medium schafft sich seine neue Sprache.“ (Ebd.) Die folgenden Erkenntnisse basieren auf intensiven Untersuchungen und Beschäftigungen mit jenen Blogs, die in dieser Arbeit vorgestellt werden. Der daraus gewonnene Eindruck wird u. a. mit den Forschungsergebnissen von Jan Schmidt innerhalb seiner Untersuchung „Weblogs: Eine kommunikationssoziologische Studie“ (2006) verglichen:

Als sprachliches Charakteristikum für Blog-Beiträge gilt die Mischung des Monologs und Dialogs. Diese tritt aufgrund der intensiven Austauschsituation in Form von der Praxis permanenten Verlinkens auf andere Artikel und Kommentare auf.⁵³ Die Aneignung einer solchen virtuellen Sprache erfolgt automatisiert, d. h. überwiegend während der praktischen Auseinandersetzung des Users mit einem Blog. Der User verinnerlicht verwendete Stilisierungen innerhalb der Beiträge und „lernt“ somit nach und nach die Blog-übliche Schreibweise, wobei zwischen den Beiträgen und Kommentaren der Verfasser unterschieden werden muss. Während sowohl die Beiträge, welche als „Hauptakteure“ der Blogs gelten, als auch ihre zugehörigen Kommentare direkt „am Bildschirm“ verfasst und anschließend unlektoriert veröffentlicht werden, besteht ein ersichtlicher Unterschied im zeitlichen Aufwand der Verfassung eines Beitrags gegenüber der Ausformulierung eines

⁵³ Z.B. direktes Ansprechen des Verfassers, auf welchen Bezug genommen wird, wie beispielsweise in Thomas Dohertys „The Death of Film Criticism“ über David Bordwell: “The impact of the academic bloggers on Hollywood's box-office gross is negligible (sorry, David), but the online work of the digital hordes is already making a substantial contribution to film scholarship – in the spirited parry and thrust of the dialogues, in the instant retrieval of past research, and in the factoid jackpots provided by the film databases.” (2010)

Kommentars. Außer Acht gelassen werden auftretende Rechtschreib- und Grammatikfehler der Verfasser. Viel wichtiger erscheint die Korrektheit der Informationen und Quellen zu sein.

Weniger finden sich Abkürzungen und Redewendungen in Weblog-Beiträgen und Kommentaren von Betreibern nicht jugendlichen Alters, wie sie beispielsweise in der SMS (Short Message Service)-⁵⁴ und der Chat-Kommunikation gebräuchlich sind. Seltener sind auch non-verbale Kommunikationsmittel, die in Form von Emoticons (z.B. Gesichtern, die Emotionen ausdrücken, Smileys wie :-) ;-) :-* ☹☺) in Erscheinung treten. Diese dienen als Ersatz für Äußerungen zum persönlichen Befinden oder was gefällt bzw. nicht gefällt. Die häufig in der Chat-Kommunikation verwendeten Abkürzungen „LOL“ (für „laughing out loud“), „gg“ (für „grin grin“) oder Inflektive wie *schwitz*, *lach*, *schluchz*, *rofl* sind in Blogbeiträgen fast gar nicht zu finden. Solche Kommunikationsmittel treten wenn überhaupt bei jugendlichen Bloggern auf, was von Ingrid F. Reichmayr in ihrer Untersuchung „Weblogs von Jugendlichen und jungen Erwachsenen“ (2006) erläutert wird.

Neben dem Merkmal der Ich-Perspektive, weisen Blogbeiträge auch die Stilisierung des direkten Ansprechens des Lesers (dieser wird geduzt) sowie das Anpassen des Schreibstils auf die jeweilige Thematik des Blogs auf. Je nach Motivation des Urhebers, der die Erstellung des Blogs vornimmt, bedient sich dieser stilisierter Sprachformulierungen, die den Charakter seines Blogs kennzeichnen.

„Die verschiedenen Ansätze, die man beim Bloggen haben kann, sind teils auch durch unterschiedliche Zielgruppen bedingt. Wer für Experten, vorwiegend Fachkollegen, schreibt, hat gewöhnlich andere Inhalte und auch einen anderen Stil (...).“ (Hauschke/Lore/Ullmann 2007)

Professionelle Journalisten, professionelle (Film-)Kritiker schreiben also in einem anderen Stil als salopp bezeichnet „Hobbyblogger“. Grundsätzlich geht es darum, seine Leser zu erreichen, ganz gleich ob man nun als Individuum, als Privatperson aus eigenem privaten Interesse d. h. in eigener Sache kommuniziert, ob man ein Blog mit institutionellem Auftrag betreibt (PR-Arbeit o. Ä.) oder ob man zu einer Personengruppe, die Corporate Blogs (von Unternehmen betriebene Weblogs) erstellt bzw. zu einer nicht-förmlich organisierten Personengruppe (z.B. Interessensgruppe, Verein) gehört, im Zuge derer nicht-kommerzielle Blogs betrieben werden (vgl. ebd.). Zusammenfassend gilt:

„Während die klassische journalistische Praxis vor allem an Objektivität und Ausgewogenheit ausgerichtet ist, gilt bei Weblogs die Transparenz und durch

⁵⁴ Die SMS-Technologie ist eine asynchrone Kommunikationsform, welche Mobiltelefone als Kommunikationsmittel nutzt (vgl. Bisswenger 2007: 22).

Personalisierung hergestellte Authentizität als Qualitätsmerkmal." (Schmidt 2006: 125)

Dass ein Blog unter einer Vielzahl von Blogs *gefunden* werden muss, wurde festgestellt. Der Verfasser bemüht sich, im Sinne seiner Mitinteressenten zu schreiben, um diese auch als Leser/Abonennten seines Blogs zu gewinnen, weshalb das Bloggen in seiner sprachlichen Stilisierung widerspiegelt, innerhalb *welchem* Themenkreis es sich vollzieht.

Im Falle des Betreibens eines Filmblogs, gibt es verschiedene Bedingungen, unter welchen es verfasst wird. Dabei handelt es sich um Antriebe und Motivationen der/s Verfasser/s, die den Schreibstil der vorliegenden Blogsprache beeinflussen. Wolf Donner charakterisiert fünf Arten von Kritikern, welche sich ebenso auf die stilisierte Schreibweise der Blogger auslegen lassen:

Die „O-Schreiber“ (Donner 1990: 112), die extrovertiert, aufgeregt, emotional und emphatisch schreiben, um ein verbales Feuerwerk zu zünden, das aber rasch abgebrannt ist, während sie ihre Überzeugungen (falls vorhanden) Zugunsten eines Gags, eine chique Formulierung, sofort über Bord werfen. An zweiter Stelle nennt er die "Gegen-Schreiber" (ebd.), „die Hohepriestern gleich ihre Sicht der Dinge verkünden und die eigenen Ideen und Ideologien propagieren.“ (Thiele 2007: 78) Sollte der Film nicht das bieten, was er verspricht, schreiben sie über einen Film, den sie gerne gesehen hätten, damit sie ihn loben und ihre (filmischen) Ideologien an ihm etikettieren können. An dritter Stelle stehen die „PR-Schreiber“, „die langweiligsten, überflüssigsten und bequemsten Kritiker und folglich die Favoriten der Filmindustrie.“ (Donner 1990: 112f.) Sie schreiben, was das PR-Material ihnen anträgt, was sie aufgrund fehlenden Fachwissens übernehmen, widerkäuen, um ihren Dienst am Kunden – denn das verkörpert Filmkritik für jene – getan zu haben. Die „In-Schreiber“ (ebd.), die an vierter Stelle genannt werden, sehen sich selbst als den Filmkritikern übergeordnete Filmwissenschaftler, die erfolgreiche Filme zu langen Stellungnahmen herausfordern, welche weniger für das Publikum, denn für andere Cineasten Ihresgleichen bestimmt sind. Eine große Anzahl von Filmbloggern zählt zum fünften Typus, jenem der „Ich-Schreiber“ (ebd.), der einer neuen Generation von „Selbstdarstellungs-Akrobaten“ zuzuordnen ist (vgl. ebd.). Diesem Schreiber ist sein eigener (journalistischer) Auftritt um Längen wichtiger als der behandelte Film, den er in den Mittelpunkt seiner Ich-betonten Filmabhandlung zu stellen glaubt (vgl. Thiele 2007: 78).

Die von Donner charakterisierten Schreib-Typi beziehen sich auf Berufsschreiber, Berufskritiker oder jene, die es werden wollen. Unter der Fülle von im Internet veröffentlichten Filmblogs gibt es zweifellos zu jedem genannten Schreibtypus das entsprechende Blog, ob es sich nun um einen Hobbyblogger, der aus privatem Interesse ein

persönliches Blog bzw. ein Gemeinschaftsblog führt oder um einen Berufsblogger, der aus beruflicher Motivation und im Zusammenhang mit seiner Arbeitsstelle bloggt, handelt. Es gibt potenziell so viele Formen von Blogs, wie es Ideen gibt (vgl. Wolff 2004: 75) Und genau jene Bedingungen, unter welchen Blogs entstehen, jene Ideen, die die Themenkreise der Blogs begründen, entscheiden die sprachliche Stilisierung, die sie letztendlich aufweisen. Anzumerken ist, dass sich die Motive der Blogger ändern können, dass sie ihr Blog zu jedem beliebigen Zeitpunkt verwandeln und völlig neu gestalten können. Der Grad des Einflusses, den andere Blogger auf den eigenen Schreibstil eines Blogbetreibers ausüben können, ist ebenfalls nicht unbedeutend. Durch das ständige Verlinken, Taggen und Verweisen, werden die unterschiedlichsten Websites und deren Artikel miteinander verknüpft. So können immer neue Inspirationsquellen entdeckt werden, welche gegebenen Falles auch die eigene Blog-Gestaltung beeinflussen.

3.1 „Jeder bekommt seine 15 Megabyte Ruhm.“⁵⁵

Im Kapitel „Aufmerksamkeitskämpfe - Datenpornografie“ aus „Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft“ behandelt Roberto Simanowski, Assistenz-Professor für Germanistik und Digitale Ästhetik an der Brown University in Providence, das unerschöpfliche Potenzial des Internets, das jenen Raum verkörpert, in welchem prinzipiell alle, die Zugang zum Medium haben, ihren eigenen Verlag gründen und ihre eigene Zeitung herausgeben können. (Vgl. 2008: 55) Das Internet sei „die Stunde des ‚kleinen Mannes‘ und das Ende der Diskurspolizei“ (Ebd.), während niemand mehr am Zugang zur Öffentlichkeit gehindert werden kann, weil er nicht über das richtige Vokabular verfügt oder die richtigen Leute kennt (vgl. ebd.). Gleichzeitig wird das Netz, dass unzählige Möglichkeiten schafft, gerechtfertigterweise als Wegbereiter einer „Kultur des Exhibitionismus“ und die Plattformen wie *YouTube*, *Facebook* und *StudiVZ* als 2Plattformen der öffentlichen Präsentation“ bezeichnet (vgl. Simanowski 2008: 60).

„Hier geben Leute millionenfach die intimsten Informationen über sich selbst preis, während ihre Eltern von 25 Jahren noch gegen die geplante Volkszählung protestierten, weil im Fragebogen Aussagen über die Heizungsart ihrer Wohnung erbeten wurden.“ (Ebd.)

Als bekanntes Beispiel unter den „personalblogs“ gilt Heather B. Armstrongs *Dooce* (www.dooce.com), welches mittlerweile sein 10-jähriges Bestehen feiert. Armstrong zählt zu den ersten erfolgreichen Bloggern, die aufgrund des Schreibens über deren Arbeitsstelle

⁵⁵ Zur Betitelung des Kapitels 3.1 vgl. Simanowski 2008: 55.

gefeuert wurden, was u. a. auch das im Übermaß auf ihre Person gerichtete öffentliche Interesse erklärt.⁵⁶

“Armstrong's honesty has added to her popularity, and she has written about work, family life, postnatal depression, motherhood, puppies and her Mormon upbringing with the same candid and engaging voice. Readers feel that they have been brought into her life, and reward her with their loyalty.” (Aldred et al. 2008)

Heather B. Armstrong beschreibt ihren Tagesablauf via Blog-Artikel und bedankt sich darüber hinaus für die Unterstützung der unzählbaren Blogger, die Armstrongs Blog-Community bilden:

“Yes, there are days when I do not get out of my pyjamas, but I suspect that many people who work from home suffer the same luxury. Much of my day is spent taking photos, processing photos, writing notes, writing posts, editing posts, reading and answering email, opening mail, processing mail, and pretty much everything else one does when working in an office. Except I have the privilege of working from home, and that means I interact with my kids and dogs quite a bit in between everything else. We love what we do and know how lucky we are to be able to do it. And we know we couldn't do it without my fantastic audience, a diverse group of people so generous that I credit them with saving my life during my postpartum depression.” (Armstrong 2011)

In diesem Fall führte die Veröffentlichung von persönlichen Informationen zur Entlassung Armstrongs durch ihren Arbeitgeber, was für sie wiederum eine Tür zum professionellen Bloggen öffnete, denn seit dem Jahr 2005 ernährt lebt sie gemeinsam mit ihrer Familie ausschließlich vom Ertrag ihres personal blogs (vgl. Aldred et al. 2008).

An dieser Stelle muss darauf hingewiesen werden, dass die *intimsten Informationen* nicht immer völlig der Wahrheit entsprechen *müssen*, auch wenn – und das ist der schlimmst mögliche Fall – die Gefahr, als „Fake“⁵⁷ identifiziert zu werden, besteht. In weiterer Folge drängt sich jedoch jene Frage nach dem Wesen der Intimität auf: Inwiefern kann man

⁵⁶ “Primarily, Armstrong became one of the first high-profile cases of somebody being fired for writing about her job. After describing events that her employer - a dotcom start-up - thought reflected badly on them, Armstrong was sacked. The incident caused such fierce debate that Dooce found itself turned into a verb that is used in popular parlance (often without users realising its evolution): 'dooiced - to be fired from one's job as a direct result of one's personal website.’ (Aldred et al. 2008)

⁵⁷ Im Social Web sind Fakes ein großes Thema: Fake-Identities, Fake-Videos, Fake-Kommentare, etc. Eine öffentliche zur Schau-Stellung kann sowohl auf wahren Gegebenheiten basieren als auch frei erfunden sein. Fakes scheinen innerhalb der Community verpönt zu sein, wenn sie jedoch besonders kreativ realisiert sind (z.B. Vidoes auf *YouTube*), wird gegebenenfalls auch dieser Aspekt honoriert. Sog. Fakeblogs (Flogs) bezeichnen Marketing-Blogs, die ein Produkt unter einem Pseudonym promoten (vgl. VDI-Nachrichten 2005).

gewisse Inhalte als *privat*, andere als *öffentlich* klassifizieren – wer entscheidet was privat ist?

Das Zusammentreffen von den Faktoren technischer Innovationen, Verbreitung des Know-Hows, um jene Technik nutzen zu können sowie die Verbreitung des Trends *öffentlicher*⁵⁸ Kommunikation scheinen die Grenzen zwischen *Privatem* und *Öffentlichem* ineinander fließen zu lassen. Im Kapitel „Zusammenspiel von Selbstmanagement, Wissenstechniken und kulturellen Formationen“ in Ramón Reicherts Untersuchung zeigt dieser, dass „die exponentielle Verbreitung moderner Informationstechnologien und die neuen Vernetzungsstrukturen im Internet“ kollektive Beziehungen unter Usern erlauben, die zuvor unmöglich waren. Daraus ergibt sich die Entstehung einer „spezifische[n] Medienkultur der Selbstpraktiken (..), die vielfach die Form von Selbstführung und Bekenntnis, von Buchführung und akribischem Leistungsvergleich, von experimentellem Selbstverhältnis und Selbstinszenierung als ästhetische Praxis, annimmt.“ (Reichert 2008: 7)

Eine „frühe“ Form der öffentlich-einsehbaren Kommunikation im Netz stellt das Chat-Forum oder allgemein die Technologie der Chat-Kommunikation⁵⁹ dar, welche (im Gegensatz zur audiovisuellen) als textbasierte, „computervermittelte“,⁶⁰ synchrone⁶¹ Kommunikationsform im Internet bzw. allgemein als CMC (computer-mediated communication)⁶² zu definieren ist. Zu den synchronen Formen computervermittelter Kommunikation zählen auch die Online-Telefonie (z.B. *Skype*), Chat- und MUD-Kommunikation sowie die als „Instant Messaging“ bezeichneten Formen der 1:1-Kommunikation (vgl. Beisswenger 2007: 35).

⁵⁸ Hier ist jene Kommunikation gemeint, in welcher Dialoge zwischen zwei oder mehreren Usern, unabhängig davon, ob sich diese kennen oder einander fremd sind, von anderen Usern öffentlich eingesehen werden können.

⁵⁹ „Die Chat-Technologie ist eine Kommunikationstechnologie, die einen synchronen (nicht-simultanen) Austausch zwischen mehreren Kommunikanten ermöglicht, der auf einem das Internet Protocol (IP) und das Client-Server-Prinzip des Internets als Infrastruktur nutzenden Distributionsverfahren sowie auf Nutzerseite einem mit einer entsprechenden Client-Software ausgestatteten PC als Kommunikationsmittel basiert.“ (Beisswenger 2007: 46)

⁶⁰ Der Begriff „computervermittelt“ steht hier als Lehnübersetzung für (engl.) „computer-mediated“ (vgl. T-Rex 2005).

⁶¹ Es werden asynchrone und synchrone Formen internetbasierter Kommunikation danach unterschieden, „ob der Datenaustausch zeitversetzt (asynchron) oder zeitgleich (synchron) stattfindet“. (Döring 2003: 37) Als klassisches asynchrones Kommunikationsmedium gilt der Brief, während als synchrones Medium das Telefon zu nennen ist (vgl. Ebd.: 80).

⁶² „Computer-mediated communication (CMC) is communication that takes place between human beings via the instrumentality of computers.“ (Herring 1996: 1)

Ursprünglich wurde das Chat-Gespräch lediglich temporär gespeichert, sodass es für seine Teilnehmer nicht als dauerhaft einsehbar galt, sondern nur solange sie sich auch im Chat-Portal befanden. Christa Dürscheid charakterisiert den Chat trotz seiner medialen Schriftlichkeit als Gespräch, „da er die konstitutiven Merkmale eines Gesprächs trägt: Produktion und Rezeption sind direkt aneinander gekoppelt, es erfolgt ein ständiger Sprecherwechsel, die Struktur ist dialogisch“. (1999: 21) Als zentrales Merkmal für die Subsumption des Chats unter die Kategorie Gespräch erkennt Dürscheid die Synchronizität des Austauschs, nicht die mediale Schriftlichkeit der ausgetauschten Äußerungen und dass dies Konsequenzen für die Gesprächsforschung nach sich zieht, macht Dürscheid explizit, indem sie bemerkt, dass das Gespräch gesprochen wird und als charakteristisch für ein Gespräch die mündliche Realisierung der Äußerungen gilt (vgl. ebd.; Beisswenger 2007: 4).

„Wenn der Terminus ‚Gespräch‘ nun auch auf diese Kommunikationsform ausgedehnt wird, so hat dies Konsequenzen für die linguistische Gesprächsanalyse. Sie muß ihren Untersuchungsgegenstand neu definieren.“ (Dürscheid 1999: 21)⁶³

Die Übergänge zu asynchronen Technologien sind fließend, da in Chat-Anwendungen wie z.B. *Tulka* oder *Factchat* Kommunikate für einen gewissen Zeitraum als Protokoll nachlesbar bleiben und auch dann noch rezipiert bzw. respondiert werden können, wenn ihr Produzent bereits nicht mehr für einen unmittelbaren Austausch zur Verfügung steht (vgl. Beisswenger 2007: 23). Instant-Messaging-Systeme (z.B. *ICQ*) haben auch eine Art „Mailbox“-Funktion, welche, wenn ein Adressat nicht online zur Verfügung steht, ein an ihn gerichtetes Kommunikat zwischenspeichert, um es ihm automatisch zuzustellen, sobald er die Anwendung das nächste Mal startet (vgl. ebd.).

Innerhalb „öffentlich“ einsehbarer Gespräche in Chat-Foren, wo eine kollektive Unterhaltung durch untereinander aufgelistete Äußerungen der Teilnehmer stattfinden kann (siehe Abb. 9), können auch private Nachrichten via Private Message (PM)-Funktion an einen bestimmten Teilnehmer adressiert versendet werden, sodass nicht alle Teilnehmer den Inhalt einsehen können. Dennoch wird nicht ausschließlich via PM kommuniziert, da die „öffentliche“ Kommunikationsform eine Möglichkeit darstellt, andere Teilnehmer mitlesen zu lassen bzw. ein kollektives Gespräch über eine gemeinsame Thematik zu führen, um so neue Kontakte zu knüpfen. Weblogs stellen in diesem Zusammenhang eine in ihrem

⁶³ Die Simultaneität von Produktion und Rezeption definiert das von Dürscheid zugrunde gelegte Synchronizitätskonzept, jedoch ist anzumerken, dass aufgrund der medialen Schriftlichkeit des Bildschirmverlaufsprotokolls eine tatsächlich *simultan* zur Produktion erfolgte Rezeption auch bei zeichenweiser Übermittlung nicht grundsätzlich angenommen werden kann, weil der Adressat demnach auf den Bildschirm blicken muss, um simultan zur Produktion/Übermittlung den entstehenden Beitrag wahrnehmen und verarbeiten zu können (vgl. Beisswenger 2007: 36).

Nutzungsumfang erweiterte Form der CMC dar, weil sie die Möglichkeit bieten, gepostete Inhalte zu speichern und immer wieder einsehen und auch auf „ältere“ Beiträge respondieren zu können.



Abbildung 9: Das ICQ-Chat-Forum als Beispiel für eine „öffentlich“ einsehbare Unterhaltung (www.icq.com)

Auffällig ist hier nicht nur das alltägliche Ausleben eines voyeuristischen Bedürfnisses sondern auch, dass der User unter dem Schein, sich *entscheiden* zu können private Inhalte teilt: Er scheint die Wahl zu haben, selbst entscheiden zu können, was *für ihn* von privater Natur ist.

„Der allgemeinen Gegenwartstendenz zur Mediatisierung [sic!] des Alltäglichen kommt die neue Praxis der autobiografischen Selbstthematisierung auf den Aufmerksamkeitsmärkten des Internet entgegen. Sie haben einen Trend gesteigerter Visibilitätszwänge etabliert, der heute jenseits der klassischen Bildungseliten alle Schichten erfasst.“ (Reichert 2008: 7)

Dass der vorherrschende Trend bestimmt, was privat *zu sein hat*, bleibt für den User unbemerkt. Alltägliche Lebensinhalte zu schnell und zu streng als privat und damit als nicht-zu-veröffentlichen zu titulieren ist keine gängige Form des allgemeinen „Netz-User-Behaviors“. Der User orientiert sich an seinem Umfeld, im Sinne von: Wie verhalten sich die anderen?, während er dazu neigt deren Handhabung mit dem Privatem auf sich zu

übertragen. Der Verdacht auf einen Zwang kommt folglich nicht auf, was diese Form der öffentlichen Kommunikation innerhalb des Web 2.0 forciert. Nach Reichert sei das Eindringen der Diskurse der Selbstaufmerksamkeit und Selbstbeobachtung in den Alltag dafür verantwortlich, dass es „heute alltäglich und selbstverständlich ist, wenn die unterschiedlichsten Menschen in Medienöffentlichkeiten bereitwillig über sich selbst Auskunft geben und sich damit als Objekt der Betrachtung in Szene setzen.“ (Ebd.)

„Weblogs, Wikis und soziale Netzwerkseiten fungieren als subjektzentrierte Praktiken und Machtverhältnisse, die von den Internetnutzern die Bereitwilligkeit abverlangen, immer mehr Informationen und Daten über ihre Person und ihr Leben zu veröffentlichen, die jederzeit und weltweit mittels Netzrechner abgerufen werden können.“ (Reichert 2008: 7)

Allgemein und nicht bloß in Bezug auf „Ich-Blogger“, muss im Zusammenhang mit der Motivation der Blogger darauf hingewiesen werden, dass nicht alle Filmblogger ihre eigene Person auf inhaltlicher Ebene der Artikel in den Vordergrund stellen. Nicht alle eröffnen ein Blog, um in erster Linie ihre Persönlichkeit auszustellen oder ihre (subjektive) Meinung kund zu tun, und vor allem nicht alle Blogger führen ihr Blog als reines Hobby. Zahlreiche Filmkritiker, welche vor dem Aufkommen des Blogger-Trends in erster Linie für Printmedien geschrieben haben, führen nun zusätzlich ein privates bzw. redaktionelles Blog oder haben sich ganz dem Bloggen verschrieben.

In Bezug auf die „Filmblogs der Amateure“ stellt sich die Frage, ob jene, die ihre Filmkritiken aus eben diesem Grund publizieren – und zwar, um *sich selbst* im Netz auszustellen – sich überwiegend um ihre eigene Inszenierung kümmern, als sich der seriösen Behandlung eines Films zu widmen und damit dem Inhalt der kritischen Auseinandersetzung schaden.

3.2 „In my opinion ...“ - Die Motivation des „Ich-Bloggers“

Nach Rainer Bartel sehen Privat-Blogger in ihrem Blog „eine Plattform, auf der sie über Erlebtes und Gefühltes berichten, ihre Ansichten, Vorstellungen und Gedanken in der Öffentlichkeit preisgeben,“ (2008: 16) wogegen Gruppen in der Regel ein gemeinsames Ziel verfolgen und den Austausch untereinander suchen.⁶⁴ Zu den Motiven, die hinter der Erstellung und der aufwändigen Pflege eines Blogs stehen, zählt in erster Linie die Chance,

⁶⁴ Bartel fügt korrekterweise hinzu, dass für den Betreiber eines Blogs immer auch die Möglichkeit besteht, den Kreis seiner Leser technisch einzuschränken, indem er ein Abonnement für selbigen einrichtet, wodurch nur jene User Zugang zum Blog haben, welche Abonnent desselben sind (vgl. 2008: 16). Zur Untersuchung von Filmblogs liegt das Hauptaugenmerk jedoch vorrangig auf Blogs öffentlich-einsehbaren Charakters.

an die Öffentlichkeit zu gehen. „Das dürfte für die meisten potenziellen Blogger als Motivation ausreichen.“ (Ebd.) Sei die Motivation persönlichen oder politischen Ursprungs oder um „der größten deutschen Zeitung (www.bildblog.de) oder einem ihrer notorisch anstrengenden Autoren (fjw.blogg.de)“ (Wolff 2004: 75) die Meinung zu sagen, Bloggen bietet die Möglichkeit, sich zu äußern. Einige betreiben ihre Weblogs als „Linkfarmen“ und verlinken alles, „was sie interessant finden (und wenn andere das auch finden, kann man damit auch bekannt werden).“ (Ebd.) Bekannt werden wollen bzw. „der Wunsch nach Öffentlichkeit für die eigenen Erlebnisse, Gedanken und Meinungen,“ stellt eine der wichtigsten Motivationsquellen für das Bloggen dar (vgl. Bartel 2008:17).

Ein privates Filmblog zu betreiben erfordert seitens des Betreibers die Bereitschaft, Zeit in die Gestaltung, die inhaltliche Erweiterung und Aktualisierung des Blogs zu investieren und darüber hinaus die Bereitschaft sowie das Interesse, sich das nötige Know-How anzueignen, ob das Blog Mithilfe einer Social Software organisiert oder aus eigenen Mitteln erstellt wird. Der Drang, seine Meinung und Gedanken, sich selbst öffentlich zu machen, fungiert hierbei als Antrieb und gewährleistet das kontinuierliche Beitreiben eines Blogs.

Nicola Döring schreibt dem (kontinuierlichen) Fortschritt zum Betreiben eines Blogs eine ganze Reihe von Funktionen für die Blogger selbst zu: Neben der Archivfunktion, der Reflexionsfunktion, der Ventilfunktion, der Sozialfunktion und der Kreativfunktion, nennt sie ebenso die Öffentlichkeitsfunktion. Ein Blog als persönliches Informationsarchiv und „externes Gedächtnis“ zu führen, verweist sie der Archivfunktion, während das sorgfältige Ausformulieren von Gedanken mitunter einen der hohen Ansprüche des Schreibens für die Öffentlichkeit darstellt (vgl. Döring: 37). Der Blog-Besucher erwartet stimmiges Erzählen und nachvollziehbares Argumentieren seitens des Verfassers, was abermals verdeutlicht, dass Blog-Betreiber ihr tatsächlich vorhandenes oder potenzielles Publikum beim Schreiben stets im Hinterkopf haben.⁶⁵ Somit seien jene Blogs im Bereich der Reflexionsfunktion anzusiedeln (vgl. Döring: 39). Der Ventilfunktion ordnet sie jene Blogs zu, deren Betreiber zu einer Gruppe von Menschen gehören, die sich aufgrund ihrer sozialen Situation, ihrer Religion, ihrer sexuellen Vorliebe und/oder ihrer gesundheitlichen Verfassung in einer schwierigen Lage befinden und u. a. durch das Bloggen tiefe Gefühle wie Angst, Wut und Verzweiflung zu bewältigen versuchen (vgl. ebd.). Eine Sozialfunktion erfülle das Bloggen für Menschen, die auf der Suche nach Kontakt und Anerkennung sind, während Blogs in vielen Fällen

⁶⁵ Vgl. dazu: "Blogger consider audience attention, feelings and feedback as they write." (Gumbrecht/Nardi/Schiano 2004: 3, vgl. Armbrorst 2007: 44) Diese Position kooperiert ebenfalls mit jener der „potenziell anders strukturierten Leserschaft“ Ekkehard Knörers (siehe Kap. 2.3).

schlichtweg als Hobby für Profi- und Amateurschreiber, für (Web-)Designer, Filmemacher, etc. dienen und somit eine Kreativfunktion einnehmen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht sei die Öffentlichkeitsfunktion des Bloggens von hoher Bedeutung, welche für den Blogger dann erfüllt ist, wenn die Verbreitung seiner Meinungen und Informationen Gehör findet und Feedback erlangt (vgl. ebd.). Eine Öffentlichkeitsfunktion scheinen Blogs jedoch prinzipiell zu haben, welcher Themenbezug oder welche Funktion auch immer vorherrschend sein mag. „Weil man spürt, dass das Mitteilungsbedürfnis in den meisten Blogs unberührt von kommerziellen Absichten ist, empfinden viele Leser diese munter sprudelnden Quellen des Wissens, der Meinung und Beobachtung als Erfrischung,“ (2009) erklärt Filmemacher Christoph Hochhäusler. So habe sich in den letzten Jahren, nach Etablierung des Mediums Blog, ein Netzwerk Interessierter aufgebaut, in welchem mit (Er-)Kenntnissen solidarisch umgegangen wird (vgl. ebd.).

Subjektbezogene und selbstnarrative Filmblogs verkörpern mitunter die Inszenierung der eigenen Persönlichkeit. Das Filmblog wird von seinem Urheber unter einem „Mantel“ des Verfassens kritischer Abhandlungen von Filmen und filmverwandten Themen betrieben und gibt oftmals mitunter persönliche, detaillierte Informationen zum Blog-Betreiber preis, der seine Meinung, seine subjektive Ansicht gekoppelt mit persönlichen Background-Informationen zu seiner Person in die Beurteilung eines filmischen Werks einbaut. Als eines von vielen (!) selbstnarrativen Blogs, die in der Blogosphäre zu finden sind, gilt beispielsweise das englischsprachige Blog *About Writing – The Personal Blog of Pace J Miller* (www.pacejmiller.wordpress.com), das sich auf der Blogsuchmaschine *Technorati* unter den Top 100 Filmblogs auf Rang 99 befindet und derzeit eine Film-Authority⁶⁶ von 150 verzeichnet (Stand: 14.01.2011). Für ein personal blog mit keinem besonderen Design oder außergewöhnlichem Inhalt erscheinen die 571,767 gezählten Aufrufe der Website, neben dem reichhaltigen Angebot an Filmblogs in der Blogosphäre (*Technorati* zählt 5,218 Filmblogs Stand: 14.01.2011), als beachtlich.

⁶⁶ Der englische Begriff „Authority“ bedeutet ins Deutsche übersetzt „Macht, Gewalt, Einfluss“. In diesem Zusammenhang handelt es sich um den Grad an Einfluss eines Weblogs innerhalb der Blogosphäre: „Technorati Authority measures a site's standing & influence in the blogosphere. With the October 2009 redesign of technorati.com, we've changed the Technorati Authority calculations to better reflect the continually changing attention of the blogosphere. (...) Authority is calculated based on a site's linking behavior, categorization and other associated data over a short, finite period of time. A site's authority may rapidly rise and fall depending on what the blogosphere is discussing at the moment, and how often a site produces content being referenced by other sites. (...) Authority is on a scale of 0-1000. 1000 is the highest possible authority.“ (www.technorati.com/what-is-technorati-authority)



Abbildung 10: Millers Personal Blog

Mit dem Untertitel der Website „Creativity is a muscle that needs to be exercised“ (siehe Abb. 10), verschreibt sich der Verfasser sowohl der subjektiven und emotionalen Abhandlung von filmischen Werken und diversen Film-Events als auch dem Schreiben über Sport-Events (z.B. gibt es einen Artikel über den Profi-Tennisspieler Andrew Agassi zu lesen) sowie persönlichen Reise-Reviews im Tagebuchstil. Aus dem Profil des Urhebers, einem „Former Australian lawyer“, ist ersichtlich, dass er sein Blog hauptsächlich aus jenem Grund eingerichtet hat, um sich als Autor („to follow his passion in writing“) zu betätigen (vgl. www.pacejmiller.wordpress.com/about). Aufgrund seiner derzeitigen Recherchen für einen Fantasy-Roman, veröffentlicht er unter der Rubrik „Fantasy Writing Resources“ eine hohe Anzahl von Links „which may come in handy for other fantasy writers.“ (www.pacejmiller.wordpress.com/fantasy-writing-resources) Da sich der Themenkreis seiner Publikationen u. a. von Film und Literatur über Reiseberichte und Sport erstreckt, werden verschiedene Interessensgruppen auf den Blogger aufmerksam. Vor allem als passionierter „Autoren-Wanna Be“ nehmen seine Leidensgenossen, die selbst schreiben und gerne entdeckt werden wollen, Kontakt zu dem Verfasser auf. In seinem „Guide to Creative Writing“ veröffentlicht er kommentierte Links zu nützlichen Websites mit Tipps von und für Schreiber (z.B. „Richard Harland’s Writing tips: 145 pages of writing tips, absolutely free. See my post about this“ www.pacejmiller.wordpress.com/guide-to-creative-writing). Ein Leser-Kommentar vom 20.06.2010 dazu:

“Moonshine: ‘this is awesome! I’ve been wanting to start a story all semester, but with assessments all done, i am definately going to start on it and with all these tips – i really can’t wait! thanks heaps !” (Ebd.)

Als Beispiel für Millers Reviews – alle bestehen aus einem Plot und der anschließenden Bewertung des Autors – dient seine Kritik zum Film INCEPTION (2010): Die ersten beiden Worte „Spoiler Free“ informieren jene Leser, die den Film (noch) nicht gesehen haben, darüber, dass die folgende Kritik keine wichtigen Ereignisse des filmischen Handlungsverlaufes verrät. Später vermerkt der Blogger auch: „To be honest, I wouldn’t know how to explain the plot of the film without giving anything away even if I wanted to. So I’ll just skip straight to the critique.” (Miller 2010) Fern von jeglichem literarischen Spannungsaufbau, offenbart Miller sein Fazit gleich zu Beginn der Kritik als er schreibt: „INCEPTION blew my mind. It really did. Christopher Nolan (writer, director, producer) is a genius.” (Ebd.) Anschließend erklärt der Blogger, dass er den Kinobesuch zum Film angetreten ist, ohne sich vorab darüber zu informieren, was nicht einfach war, da in seinem Umfeld vermehrt über diesen Film – und darüber wie großartig er ist - gesprochen wurde. Es folgt eine Erörterung über den ersten und missglückten Versuch, sich den Film im Kino anzuschauen:

“It sure seems like *everybody’s* been watching INCEPTION, or at least trying to. Word of mouth about the film must be spreading fast. My first attempt, a 4:10 pm session was completely sold out, so we bought tickets for the 5pm session. That one was eventually sold out too. Not a single seat left. And when we left the cinema, people were already lining up for the next session.” (Ebd.)

Im Anschluss setzt Miller wieder mit der Huldigung des Films fort, wofür er sich ausschließlich Superlativen bedient:

“It’s one of the most original, interesting and entertaining films I’ve seen. *Ever*. It’s the type of film that not just requires, but *demand*s multiple viewings just to get your head around it all. I’m not sure that’s even possible with so many layers and interpretations to sort through. I paid careful attention the whole way through but there were times when I just had to accept what they were saying and what was happening and just go with the flow. I plan to watch it again soon.” (Ebd.)

Spätestens an dieser Stelle der Review ist Millers permanenter Einsatz des Wortes „Ich...“ am Satzbeginn auffallend. Da der Plot des Films übergangen wird, bleibt auch eine Auseinandersetzung mit seinen Charakteren aus, was den Blogger nicht daran hindert, die vertretenen Schauspieler nacheinander zu loben: „Leonardo DiCaprio leads a super cast including Marion Cotillard, Joseph Gordon-Levitt, Tom Hardy, Cillian Murphy, Ellen Page, Ken Watanabe, Tom Berenger and even Michael Caine. Each role is weighty, significant and

important, and the performances were simply picture perfect.” (Ebd.) Auf seine Bemerkung „and even Michael Caine” geht er nicht weiter ein, da er bereits am Ende seiner Review angekommen ist und abschließend den Regisseur Christopher Nolan noch einmal zum Erschaffer des besten Film des Jahres krönt, wobei Miller weitere persönliche Informationen in den Text einbaut:

“Having just studied screenwriting it frightens me how terrific the screenplay is. For such a complicated, difficult storyline the *general* aspects of the film were surprisingly easy to follow and understand. There is just so much confidence in his direction. Even the special effects were amazing — at no time did I think I was watching CGI. This is a master filmmaker who knows what he’s doing and he’s doing it at the height of his powers. Best film of the year. 5 out of 5 stars!”

Fünf von fünf „Pace J Miller-Sterne“ hat er außerdem zu vergeben. Dass diese Auszeichnung lediglich durch einen Erlebnisbericht von Millers Kinobesuch gestützt wird, wurde gezeigt. Genau so verhält es sich mit der Filmkritik zu THE KING’S SPEECH (2010):

“My first impression of THE KING’S SPEECH (before I actually saw the film) was BORING! A movie starring Colin Firth and Geoffrey Rush about a stuttering British Monarch and his speech therapist set in the 1930s? Forget about it. But as it turned out, everyone — and I mean *everyone* — was raving about this film, and all of a sudden it was a frontrunner at both the Golden Globes and the Oscars. So I put aside my prejudices and went to watch THE KING’S SPEECH, fortunately, not knowing a whole lot about it apart from what I wrote above.” (Miller 2010)

Abermals beginnend mit einem Lagebericht zur persönlichen Befindlichkeit vor der Rezeption des Films, subsumiert der Blogger seine Erwartungshaltung a priori in einem Wort: Langweilig. Das typische Merkmal für solch subjektive Filmkritiken scheint der Drang zu sein, über seine eigene Erwartungshaltung Auskunft geben zu müssen. Die eigenen Gefühle werden in ihrer Chronologie berichtet: Eine lineare Erzählweise der eigenen Gefühlswelt im Zusammenhang mit dem behandelten Film wird geboten, was gleichermaßen die Blog-übliche Spontanität sowie die Herstellung eines persönlichen Bezugs innerhalb der Beiträge garantiert. In dieser Review verzichtet Miller nicht auf den Plot:

“At it’s core, THE KING’S SPEECH is about the relationship between two very different men — Albert, the Duke of York (Firth), who is a horrible stammerer (not a desirable attribute who someone that has to speak publicly all the time) and Lionel Logue (Rush), an unconventional Australian speech therapist. Much of the film is dialogue, but the screenplay (by David Seidler) is so wonderful and the direction (by Tom Hooper) is so skilled that I was never bored, despite the admittedly slow pace. There’s tension, light humour and charming banter, plus plenty of heart. And really, it’s actually quite a fascinating story, handled with intelligence, subtlety and care. It

won't be everybody's cup of tea, but if even I can enjoy it as much as I did, then there's hope for everyone." (Ebd.)

Sein Schreibstil wirkt einfach und unstrukturiert. Miller begründet sein Urteil, den Film letztendlich unterhaltsam gefunden zu haben, damit, dass ihm Drehbuch und Regie zusagen, da er zu keiner Zeit gelangweilt war und „tension, light humour and charming banter, plus plenty of heart“ im Film zu finden sind. Gleichmaßen wie seine Abhandlung zum Film INCEPTION, beinhaltet auch diese Review keine näheren Informationen und Begründungen zu seiner Beurteilung. Sie hält ebenfalls Abstand von einer Erläuterung seines Lobs, das sowohl an das Drehbuch als auch an die Regie gerichtet ist. Darüber hinaus stellt er keine Vergleiche mit ähnlichen Werken bzw. weiteren Werken des Drehbuchautors, des Regisseurs oder der Schauspieler an und fasst seine Kritik zum Film mit einer Verallgemeinerung als Schlusssatz zusammen: „It won't be everybody's cup of tea (...)“ (ebd.). Natürlich hat das Verfassen der Review Zeit beansprucht, ebenso wie die Besichtigung des Films und die Bildung einer Meinung darüber. Dennoch fehlt eine tiefergehende Auseinandersetzung mit dem Film, der agierenden Charaktere und Millers eigener Filmrezeption. Somit verfasst der Blogger vielmehr ausführliche Erlebnisberichte mit der Funktion von Werbetexten, an Stelle von Filmkritiken. Im Vergleich dazu entfalten sich seine Reiseberichte in einem höheren Maß an Details und verschaffen mehr Einblick in die behandelte Thematik, um letztendlich auch eine verlaubliche Wertigkeit für seine interessierten Leser darzustellen. Diese Erlebnisberichte, innerhalb welcher subjektive Erfahrungen und persönliche Eindrücke durchaus ausreichend und vor allem erwünscht sind, machen vermutlich den Großteil der Frequentierung der Website *About Writing – The Personal Blog of Pace J Miller* aus.

Den Wunsch nach Öffentlichkeit der eigenen Meinungen und Gefühle verwirklichen sich grundsätzlich alle Blogger. Innerhalb der Film-Reviews wird – teilweise ausschließlich, oftmals als Zusatz zur Filmkritik – über den persönlichen Standpunkt und den Beweggrund, den jeweiligen Film zu behandeln, geschrieben. Vor allem wird jene Frage, nach der filmischen Präferenz der/s jeweiligen Blogger/s, immer geklärt. Sehr populär im Medium Filmblogs ist die Abhandlung mehrerer Filme in Form eines großen Jahresrückblicks („Best of 2010“, „Meine Best Of“ etc.). Oftmals erstellen Blogger auch eine persönliche „Wall of Fame“ mit einer Auflistung der besten Filme aller Zeiten, der besten Schauspieler, der gelungensten DVD-Covers etc. Im Gegensatz zu Blogs, die von einer Gruppe von Bloggern betrieben werden, wo sich dementsprechend Unmengen an persönlichen Urteilen sammeln, welche diskutiert und kritisiert werden, stellt das personal blog, das von einer einzelnen Person geführt wird, oftmals eine einzige subjektive Abhandlung von Filmen dar. Dem Leser, der die Meinung eines Bloggers teilt bzw. nicht teilt, bleibt jedoch wie üblich die Möglichkeit

offen, sich in Form eines Kommentars dazu zu äußern, was oftmals zum Beginn eines Dialogs führt, der dem Blogger in gewisser Weise *die* Wertschätzung beschert, die er sich im Vorfeld der Erstellung seines Blogs wünscht. Inwiefern der alleinige Wunsch nach Anerkennung, Aufmerksamkeit, Bekanntheit, Interaktion, Diskussion und Vernetzung im Vordergrund der Verfassung einer Filmkritik steht und als Schreibanstoß fungiert, bleibt fraglich.

Einige personal blogger binden ihre Leserschaft in ihr Blog ein und animieren diese, ganz im Sinne des „Mitmach-Web“, zur Interaktion, indem sie Fragen nach der Meinung anderer Blogger/Leser stellen, um auch die Entstehung einer Diskussion zu fördern. Einige offerieren zudem die Möglichkeit der *Bestellung* einer Film Review. Diese Form der Filmkritiken auf Anfrage erscheint häufiger bei Bloggern, die ihre zu behandelnden Filme selektiv nach eigenem Interesse oder speziellem Genre, Schauspieler, Regisseur, etc. auswählen und eine geringere Anzahl, dafür aber ausführlichere, umfangreichere Filmkritiken verfassen. Anders verhält es sich mit Bloggern, die über alle Filme schreiben, die sie in irgendeiner Form zu interessieren scheinen. Manche verfassen zu all jenen Filmen ihre Kritiken, die sich auf der Film-Datenbank *Imdb.com* (Internet Movie Data Base) z.B. unter den Top-10 Filmen befinden. Mit dieser hohen Anzahl von Filmen haben die Blogger allerhand zu tun, was sich oftmals auf den Umfang und die Qualität ihrer Kritiken auswirkt.

Filmkritiken auf Bestellung bietet beispielsweise Andy Wyatt's Blog *The Film Zealot* (www.andywyatt.tumblr.com). Der „film and writing enthusiast“ stellt sich als Kritiker auf Anfrage zur Verfügung, wofür er die Rubrik „Sure I'd like to recommend you a movie“ eingerichtet hat, die auf ein anzufüllendes Wunschfilm-Formular verlinkt ist (vgl. www.andywyatt.tumblr.com/ask). Das Blog verzeichnet bisher eine Authority von 156, das bedeutet Rang 77 der 100 meist frequentierten Filmblogs innerhalb der insgesamt durch *Technorati* gezählten (und der Kategorie *Film* zugeordneten) 5.243 Blogs (vgl. www.technorati.com/blogs/andywyatt.tumblr.com%2F Stand: 16.01.2011).

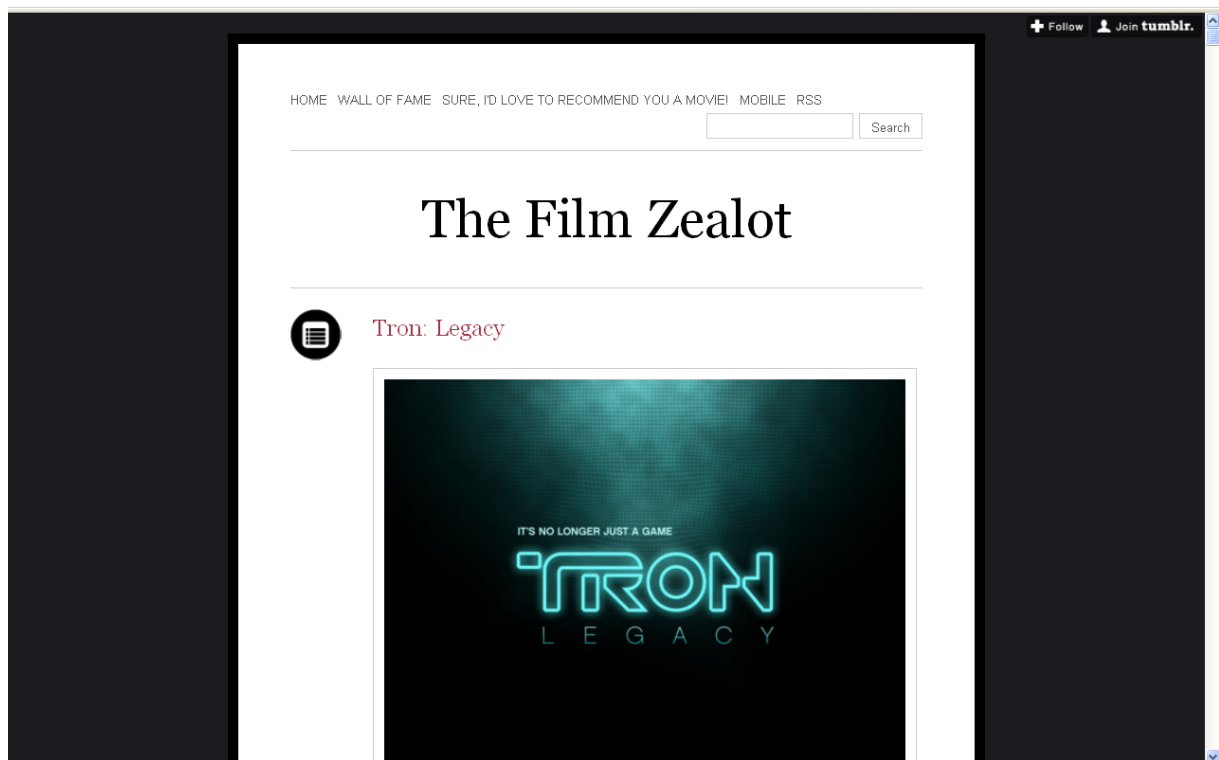


Abbildung 11: Wyatts *The Film Zealot*

Die vorgestellten Auszüge aus Wyatts Review zu TRON: LEGACY (2011) zeigen, dass der Blogger sich intensiv mit seiner eigenen Rezeption des Filmes auseinandersetzt. Um eine umfassende Rezension zu liefern, geht er detailliert auf die Filmhandlung ein, wo er eine vorherrschende Problematik rund um die handelnden Charaktere feststellt. Genauso ausführlich geht er auf den Einsatz von Effekten und die Wirkungsästhetik des im Film vertretenen Soundtracks ein:

“Part of the problem with the plot is that the audience is never quite sure where it is going. At the start it seems as though Sam Flynn (Garrett Hedl und) is attempting to save his father. Then it switches and he just wants to leave himself. Then it switches and he is trying to defeat Clu (also Bridges). Then it switches again and he must retrieve his father’s data disc. Rinse, repeat. The plot is all over the place and seems almost just a method to get the audience to the orgy of special effects. (...) I never have much respect for directors who make CGI pictures, and Tron is no different. Joseph Kosinski uses his FX department to the fullest, and I am really not impressed with someone who can use a fake camera to get that killer shot instead of someone like Michel Gondry who works extra hard to work the cast and crew to capture completely real shots. The screenwriting is terrible and utilitarian. (...) The soundtrack actually turned out to be a redeeming quality for the movie. Done entirely by Daft Punk, it includes everything you would expect in a movie that takes place inside a computer. Being a fan of electropop and the like, I found that the music went great with the various fight sequences. I always love when a film takes a great scene and

puts it to great music, and that happens often in Tron. I would go so far as to say that this is my favorite soundtrack from 2010.” (Wyatt 2011)

Er belegt seine Meinung zum Film sowie seine Gesamtbewertung ”Tron: Legacy scores a 6/10 for a superficial and forgettable film experience“ (ebd.) mit durchaus nachvollziehbaren, jedoch höchst subjektiven Ansichten. Aus diesem Grund ist und bleibt seine Rezension eine subjektive Position und beschränkt sich auf den Gehalt einer persönlichen Erfahrung.

Ähnlich wie Wyatts Film-Review TRON: LEGACY (2011), verhält es sich mit der Rezension eines deutschsprachigen Blogs, welches mit der Betitelung *TheLemming* (www.lemmi.at), den zahlreichen differenten Tags (u. a. Brettspiele, Games, Boardgames, Motorbike, Österreich, Rollenspiel, etc.)⁶⁷ und den verschiedenen Beiträgen aus persönlichen Lebenslagen nicht als „reines“ Filmblog zu bewerten ist. Der Weblog-Urheber Markus (seinen Nachnamen nennt er nicht) beschreibt seine Gedanken zum Film, welche von einem starken persönlichen Bezug aus Kindertagen zum gleichnamigen ersten Teil TRON (1982) beeinflusst werden:

„Gestern war's also soweit, nachdem ich eine geschätzte Woche meines Lebens damit verbracht habe, Tron zu sehen. (Vorzugsweise bei meinem Vater alle paar Wochen als ich jünger war. Neben Star Wars und Asterix war es für mich *der* Film schlechthin.)“ (TheLemming 2011)

Nach einer Aufzählung von – seines Erachtens – schlechten Filmfortsetzungen in der jüngeren Filmgeschichte und einer Erläuterung darüber, dass es TRON in seiner Fortsetzung schwer habe, sich als „würdig“ zu erweisen, verkündet der Blogger seine Frustration um das Sequel:

„Action- und effektseitig gibt Tron viel her, sowohl das Lightbikerennen wie auch die diversen Flugintermezzos sind eine Pracht und nutzen Kino 3D in einem angenehmen Ausmaß. Einzig Diskus ist etwas – seltsam – kurz. Da wird auch beim zweiten Charakterproblem, dass ich mit Tron Legacy habe. TRON ist wieder da. Ihr erinnert Euch? Die Glanzrolle von Bruce Boxleitner (abseits von Babylon 5) – DAS Gesicht für Tron. Tron – bleibt im gesamten Film hinter schwarzem Glas. Er hat eine mitunter tragende Rolle der Handlung, insbesondere gegen Ende, aber hey – sein Abgang ist ebenso schlecht wie der Abgang von Zuse. Lieblos und schnell hatte ich das Gefühl und das hat der Namensgeber nicht verdient. Mir persönlich liegt es ja ohnehin schon nicht, dass man einen Hauptcharakter ohne Gesicht hat – aber ihn schnell am Ende eine Absolution zu erteilen – danach verschwindet er – hat Tron nicht verdient. Das Ende spricht Bände, es ist meiner Ansicht nach der Untergang des Films. Während die beiden Charakterprobleme von Tron und Zuse tragbar sind (meine Erwartungshaltung an den Film hatte ich zum Glück niedrig angesetzt) ist das Ende Hollywood pur. (in dem Bezug ist das negativ gemeint) Was ich damit meine?

⁶⁷ Vgl. www.technorati.com/blogs/blog.lemmi.at (Stand 16.02.2011).

Der Film kämpft innerhalb von wenigen Momenten (Reise zum Ziel führt zu Showdown) innerhalb dieser finalen Konfrontation noch damit, dass jeder ein bisschen etwas zu tun bekommt. Tron darf sich kurz zeigen, der User und Creator Flynn senior bekommt seine finalen Minuten. Alles wird zu einem (mittleren) Happy End geführt. (...) Schade, Action 6/10, Effekte 9/10 Punkte, Handlung 4/10, Punkteabzug wegen Pfusch -4 Punkte Gesamtwertung 5 von 10 rotierenden Diskusscheiben – Potenzial für 8/10 Punkten wenn man bei der Handlung nicht gepfuscht hätte. So bleibt er nur im Schatten eines visionären Meisterwerks.“ (TheLemming 2011)

Mit den im Text befindlichen Stilisierungsfehlern und Dialekt-Begriffen, insbesondere aber der subjektiven Meinung des Bloggers als Garantie, gilt der Beitrag und das Blog *TheLemming* insgesamt als Paradebeispiel für eine subjektorientierte und selbstnarrative Filmrezension.

Zur vergleichenden Gegenüberstellung der in dieser Arbeit vorgestellten Filmkritiken zu Christopher Nolans *INCEPTION* (2010), werden auch Auszüge von Andy Wyatts Review zum selbigen Film untersucht:

“INCEPTION was many a film enthusiast’s savior during the god awful cinematic drought that was July 2010, and it’s no wonder why. This film is a mind bender, plain and complicated, that really weeds out the dumb moviegoers. The complex nature of the plot won’t appeal to the Transformers crowd and that’s the beauty of INCEPTION. A director has done his or her job when a movie is thought and talked about for days afterward, and INCEPTION not only achieves this, but it also has the audience apply some of the principals of the movie to their real life, and I will be the first to say that I have tested out lucid dreaming among other ideas that the movie uses. Overall, the film is smart, witty, brilliantly paced, and best of all, endlessly entertaining.” (Wyatt 2010)

Wyatt beginnt zwar auch mit einer Beurteilung des Films vorab, jedoch stellt er nicht sofort seinen persönlichen Eindruck in den Mittelpunkt. Der Film bildet das Subjekt der Kritik Wyatts. Wyatt berichtet dann jedoch über seine persönlichen Erfahrungen mit dem Luzidtraum, auf welchem die Handlung des Films *INCEPTION* basiert, was als selbstnarrative Auskunft zum Verfasser zu bewerten ist. Auch Wyatt vermerkt zum Film-Plot, dass er nicht mehr als den Hauptcharakter (aber zumindest den), nämlich Dom Cobb (Leonardo DiCaprio) „a man who attempts to plant an idea into a man’s mind, which will enable him to get back to his children again“, vorstellen möchte, da es andernfalls zur Verkomplizierung der Review kommen könnte (vgl. ebd.). Ebenso berichtet er über seine Erlebnisse vorab der Besichtigung des Films:

“Many people I’ve talked to about INCEPTION have brought up the fact that the plot is too complex to fully understand after one viewing. However, this is a very positive

compliment; unlike the standard fast food thriller, INCEPTION demands multiple viewings, thus extending its shelf life.” (Ebd.)

Somit herrscht Einigkeit unter den genannten Bloggern im Hinblick auf jene Behauptung, dass der Film mehrmals vom Zuschauer gesehen werden muss, um auch verstanden zu werden. Dass diese Behauptung als positive Eigenschaft des Films zu bewerten ist, gilt abermals als subjektive Beurteilung des Verfassers. Als Wyatt im Anschluss darauf erklärt, dass die Storyline um den Luzidtraum deshalb so interessant sei, weil *jeder* einen Bezug zu Träumen aus eigener Erfahrung (und daher auch zur Handlung des Films) herstellen kann, schreibt der Blogger *nicht nur* über seine eigene Erfahrung. Im Weiteren stellt er die besondere Form des Films, dessen Charaktere und deren Hintergründe dar:

“We all have dreamed and the exploration of the familiar topic is half the fun. The character development doesn’t get buried in the complex plot. Cobb, his sidekick Ariadne (Ellen Page), and the target, Fisher (Cillian Murphy), each have their own backstories. Fisher’s in particular is very well done; by the end of the story the viewer is very sympathetic with this antagonist. The fact that sufficient time was given to make the audience care about the characters is refreshing compared to movies that fail in that department.” (Ebd.)

Wyatt, wie auch Pace J Miller, erhebt den Regisseur Nolan auf ein Podest, jedoch nimmt dieser keinen Abstand von einer Begründung dieser persönlichen Ansicht: Er beschreibt seine Faszination um Nolan, weil er einer von jener Sorte Regisseuren sei, die ihre Filme selbst schreiben. Auch stellt er, sowohl in Bezug auf den Regisseur als auch auf die Spezialeffekte diverse Vergleiche an:

“In an industry that has fallen into the trap of adaptations and remakes, I always am impressed when directors like Quentin Tarantino write their own films. That is one aspect that prevents directors like David Fincher from really being great. For those familiar with THE DARK KNIGHT, INCEPTION’s visual style will be welcome. The dialogue is solid as well; I can’t remember cringing at any horribly bad lines.” (Ebd.)

Es folgen die Beurteilung des Soundtracks, der schauspielerischen Leistungen und der Einordnung des Films in die persönliche Rangliste des Bloggers. Gegen Ende des Textes geht dieser auch explizit auf seine weiteren Vorhaben, nämlich jenem der Erstellung einer Top-Film-Liste der besten Filme, die der Blogger im Jahr 2010 gesehen hat, ein, was inhaltlich freilich nichts mehr zur Kritik des Films beiträgt:

“On a housekeeping note, I am compiling my list of best movies of the year. I am going to try and post that towards the end of the week because I am trying to get some last minute movies in before the end of the year, namely True Grit and THE KING’S SPEECH. More importantly, in my opinion, I am going to post a list of best movies I have seen this year. This will include films that weren’t released this year but

that I watched. I have found that the date a movie was released shouldn't limit its ability to be enjoyed (thus the old movies I review here), and all the movies on this list I have found better than the majority of those on my best of the year list. If you enjoy reading my blog, go ahead and follow me here on Tumblr, recommend me to the directory, follow me on Twitter at twitter.com/andywyatt, Digg the blog at <http://digg.com/andywyatt> or reblog me here." (Ebd.)

Der letzte Satz der Filmkritik umfasst werbestrategische Informationen, die ebenfalls nicht zur inhaltlichen Ebene einer Filmkritik zählen und den Text weder abrunden noch „auf den Punkt“ bringen. Innerhalb der Filmkritiken von Bloggern gilt dies jedoch als gängiges Stilmittel, um den Leser gegen Ende der Kritik beispielsweise über weitere Artikel zu informieren, mit dem Versuch, sein Interesse auch darauf zu lenken.

Nicht nur aus der Intention heraus, eine vergleichende Analyse anhand von Blogbeiträgen verschiedener Verfasser zum selben Film herzustellen, wurden die Reviews zu *INCEPTION* so detailliert dargestellt, sondern auch aus jenem Grund, dass David Bordwell und Kristin Thompson innerhalb ihres Filmblogs *Observations on Film Art* ebenfalls eine Kritik zum genannten Film verfasst und veröffentlicht haben, worauf im Kapitel 3.3 näher eingegangen wird.

Ein wesentlich stärker frequentiertes Blog stellt *The Film Experience* (www.filmexperience.blogspot.com) dar. Gegründet wurde es von Nathaniel Rogers⁶⁸, wobei es acht weitere Autoren innerhalb desselben Blogs, sog. contributor, zählt. Im Vergleich zu den oben vorgestellten Weblogs, setzt dieses einen viel höheren Standard an sprachlicher Stilisierung, womit es eine Film-Authority von 726 und somit Rang 11 unter den Top-20-Filmblogs auf *Technorati* erreicht (Stand: 18.01.2011). Es steht im starken Kontrast zu dem oben vorgestellten Weblog Pace J Millers, dessen Abhandlung zum Film *INCEPTION* als oberflächlich und einfach im Ausdruck zu beschreiben ist. Nathaniel Rogers Beitrag „Dream a Little Dream of *INCEPTION*“ (Roger 2010) ist innerhalb des Blogs *Towleroad* (www.towleroad.com) publiziert, wobei darüber informiert wird, dass der Autor täglich für das Blog *The Film Experience* schreibt, auf welches man durch einen weiterführenden Link gelangt.

⁶⁸ "Nathaniel Rogers, the creator and chief contributor to *The Film Experience* is a member of the BFCA. He is a film columnist and Oscar pundit for Towleroad and Tribeca Film and his writing has appeared in both online publications (*Awards Daily*, *Pajiba*, *Zoom-In*) and print magazines (*Esquire* and *Wing*). Nathaniel has served on four international film festival juries and appeared as an on-air Oscar pundit for Sky News London. He first fell in love with the cinema in the 1980s." (thefilmexperience.net/about)

Der Artikel beginnt mit der subjektiven Feststellung Rogers, dass der Sommer 2010 filmtechnisch nicht viel zu bieten hatte und es kein Wunder sei, dass *INCEPTION* derart hervorragt. Weiter heißt es:

“If it's not the best mainstream movie of the summer (*TOY STORY 3* already won the title), it wins the prize for most ambitious. Christopher Nolan first won critical adulation with *MEMENTO* (2000) and he's proven remarkably consistent ever since. His bulky busy movies are always about men with personal demons in conflict with other men with personal demons (female characters are mere window dressing) who have to navigate an often mind-bending narrative while wearing what amounts to a pop psychology exoskeleton. (See also: *THE PRESTIGE*, *BATMAN BEGINS*, *THE DARK KNIGHT* and *INSOMNIA*.)” (Ebd.)

Wieder wird „mit der Tür ins Haus“ gefallen: Der Film wird von Beginn an gelobt –wofür genau wird an dieser Stelle noch nicht erläutert. Dieses vorgezogene Lob könnte jedoch als Einsatz einer Methode des Verfassers gewertet werden. Womöglich sollen Superlative zu Beginn die Richtung, in welche der Artikel sich entwickeln wird, kennzeichnen, was im Falle der Zustimmung des Lesers Interesse für den Beitrag erwecken soll. Andererseits könnte dieses Stilmittel auch dadurch so verbreitet sein, da Blogger gegenseitig ihre Beiträge lesen und sich aneinander orientieren.

Rogers stellt in seiner Kritik zumindest Vergleiche zu anderen Filmen her, was auf eine intensivere Auseinandersetzung mit dem Regisseur hinweist. Im Anschluss darauf erklärt er das Grundelement von Nolans Idee, nämlich Träume in Träume „einzupflanzen“:

“*INCEPTION* is a tough film to describe and occasionally to follow. The multi-layered plot involves a team of dream infiltrators who are hired by corporations to steal ideas, the theory being that once you know something, it can always be found in your mind. The sci-fi premise is complicated as is the business of dream theft. Whole teams with specific roles and skill sets are required. You have to have ‘The Point Man’ (Joseph Gordon Levitt) for logistics, ‘The Extractor’ (Leonardo DiCaprio) to steal the idea, ‘The Architect’ (Ellen Page) to design the dream world in maze like fashion (for reasons best left to discover in the movie), ‘The Forger’ (Tom Hardy) who can shape shift within the dream for strategic purposes and still more players, too. A lot of explanation is required to understand the complex set of rules governing this artificial dream world but thankfully it's fascinating enough to mitigate the annoyance of the near constant intrusion of expository dialogue. One would immediately welcome a sequel that could dispense with all the explanations to get straight to the big visuals and suspense.” (Ebd.)

Im Anschluss an diese Erläuterungen, bedient sich der Autor eines Kunstgriffs, der u. a. von Film-Bloggern des Öfteren eingesetzt wird: Die Spoilerwarnung. Sie wird verwendet, um jene Lesern, die den behandelten Film noch nicht gesehen haben, darauf hinzuweisen, dass der

betreffende Abschnitt der Kritik detaillierte und offenbarende Informationen des Handlungsverlaufes des Films preisgibt. An jener Stelle, als Roger das Geheimnis um die Frau des Hauptcharakters *Cobb* lüftet, welches er demnach als offenbarendes Handlungselement wertet, kennzeichnet er den Beginn des Satzes mit dem Hinweis *[MINOR SPOILER ALERT]* bzw. das Satzende mit *[/SPOILER]*.⁶⁹ Weiters äußert sich Roger in Form eines Lobes an den Film, als er schreibt:

“In a heady movie like this one where there's so much world building and plot twists to keep track of, Nolan makes a wise decision to lean hard on familiar emotional throughlines. If only these Psychology 101 elements weren't weighted like profundities! The movie could have used more humor in this regard since the few funny bits go a long way toward rounding out the often portentous mood. One of the best moments is a recurring shot of a van driving off a bridge and falling for what seems like hours before hitting the water. It's a great movie joke about the flexibility of time in both dreams and movies themselves. Tom Hardy, a star in waiting, steals his every scene merely by showing a sense of humor that's missing from the film's other thin characterizations.” (Ebd.)

Roger beschreibt mäßig ausführlich, weshalb er humoristische Elemente im Film vermisst und bewertet das geringe Maß an Charakterhandlung der Figuren als positiven Aspekt neben dem ohnehin verstrickten und komplizierten Handlungsgerüst der Storyline.

3.3 Der Vergleich zu Bordwells und Thompsons *Observations on Film Art*

Wie bereits erwähnt, sind David Bordwell und Kristin Thompson die Gründer und Betreiber des Filmblogs *Observations on Film Art* (www.davidbordwell.net/blog). Mit der Film-Authority von 128 befindet es sich auf Platz 451 unter den Blogs der Kategorie *Film*, womit es insgesamt, unter allen von *Technorati* erfassten Weblogs, Platz 2168 (*Technorati*-Authority 543) erreicht.⁷⁰ Jene Zahlen rund um die Platzvergabe der Filmblogs verändern sich jedoch kontinuierlich: Noch einen Monat zuvor wurde die Film-Authority von 101 mit Platz 738 in der Kategorie *Film* verzeichnet.⁷¹ Das Blog hat also an Besucherzahlen gewonnen und erreicht damit einen besseren Rang. Sollte es von einem rangführenden (Film-)Blog (vgl. Kapitel 4.1)

⁶⁹ Ein „Spoiler“ (engl. „to spoil“ für „verderben“) gilt als eine Information, die dazu befähigt ist, den Genuss Dritter am Konsum eines Mediums zu verderben (vgl. Wikipedia: Spoiler). Zur „Spoilerwarnung“ wird vermerkt, dass sich ihre Verwendung allgemein im Internet eingebürgert hat, es innerhalb von Enzyklopädien jedoch unüblich ist, im Zuge der Beschreibung von künstlerischen Werken (z.B. Bücher, Computer-Spiele, Fernsehserien, Filme) Spoilerwarnungen zu vermerken. Der Absatz, der eine Beschreibung der Handlung enthält, sollte jedoch immer deutlich, beispielsweise durch die Überschrift „Handlung“, gekennzeichnet sein (vgl. ebd.).

⁷⁰ Vgl. <http://technorati.com/blogs/www.davidbordwell.net%2Fblog> (Stand: 18.02.2011).

⁷¹ Vgl. www.technorati.com/blogs/www.davidbordwell.net%2Fblog (Stand: 18.01.2011).

innerhalb eines Beitrags verlinkt werden, würde dies eine Kettenreaktion auslösen. Die Aufmerksamkeit der breiten Masse würde auf *Observations on Film Art* gelenkt werden, dessen (Film-)Authority würde sich steigern und das Blog befände sich vermutlich unter den Top 100 Filmblogs. Diese Überlegung soll verdeutlichen, wie rapide sich der Status eines Blogs (oder einer jeden Website) im Internet ändern kann.

Im Vergleich zu den bereits behandelten Blogs, finden sich bei Bordwells und Thompsons Blog viel weniger Kommentare und Diskussionen über die von den beiden Autoren veröffentlichten Artikel. Nach intensiver Besichtigung von *Observations on Film Art* scheint es, dass es überwiegend von jenen Lesern Beachtung findet, die selbst als Filmwissenschaftler, Autoren oder Filmkritiker tätig sind, sich in diesem Feld auskennen und sich speziell für Bordwells und Thompsons Publikationen interessieren.

Als Beispiel dafür, dass man nicht so leicht per Zufall über dieses Blog „stolpern“ kann, zeigt der Versuch, das Blog *Observations on Film Art* via Suchmaschine (*Google*) zu finden: Gibt man allgemeine Begriffe wie „Movie Blog“ bzw. „Film Blog“, „Film critics“, „Movie Review“⁷² etc. ein, erscheint Bordwells und Thompsons Blog nicht unter den primären Ergebnissen der ersten und zweiten Seite der Trefferliste; gibt man jedoch gezielt „David Bordwell“ ein, befindet sich das Blog an erster Stelle (innerhalb www.davidbordwell.com und an zweiter Stelle www.davidbordwell.com/blog) der Suchergebnisse. Sogar wenn man die Suchbegriffe „Film Art“ eingibt, erhält man zwar an erster Stelle das von Bordwell und Thompson veröffentlichte Buch „Film Art: An Introduction“ (2009), jedoch erst an der zehnten Stelle das gesuchte Blog. Dieser Versuch zeigt, dass eine derartige Suche via Suchmaschine nicht zielführend ist, wenn es darum geht, Filmblogs nach dem Kriterium der Qualität zu erkunden. Etwas zielführender erscheint die Suche anhand spezialisierter Blogsuchmaschinen wie z.B. *Technorati*, wobei diese vor allem auf die Bewertung der Frequentierung von Blogs abzielen und jene mit den höchsten Besucherzahlen, Verlinkungen, etc. an oberster Stelle der Rangliste anführen, was ebenfalls keinen Aufschluss über die Qualität der Inhalte jener Blogs zu geben vermag. Um das breite Interesse der (Film-)Community auf ein bestimmtes Filmblog zu lenken, zeugt es also nicht vorrangig von qualitativ hochwertigen Inhalten, sondern vielmehr von geschickt betriebenen Werbe- und Verbreitungsstrategien zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades und der Erlangung einer hohen Blog-Frequentierung.

⁷² Unter den Suchergebnissen erscheint beispielsweise das Blog des US-Filmkritikers Roger Ebert, welcher durch den Start seiner neuen TV-Show „Ebert Presents at the Movies“ (wöchentlich ab 21.01.2011) häufiger diskutiert (und somit verlinkt und getaggt) wird.

Die von Bordwell und Thompson verfasste Kritik zu INCEPTION (2010) ist im Vergleich zu den bisher vorgestellten Reviews viel umfangreicher, wodurch eine Reihe von Aspekten zum Film aufschlussreich und präzise erörtert werden, die in den Reviews der „Amateur-Kritiker“ keinerlei Erwähnung finden. „INCEPTION; or, Dream a Little Dream within a Dream with Me“ (Bordwell/Thompson 2010) beginnt, entgegen dem Muster, gleich zu Beginn ein Lob an den Regisseur Nolan hinaus zu „megafonieren“, erst mit Kristin Thompsons Bemerkung, dass diesem Film Seitens der Zuseher vorgehalten wird, dass man die Charaktere – abgesehen vom Hauptcharakter Cobb (Leonardo DiCaprio) – nicht ausreichend kennen lernen könne (vgl. ebd.). Tatsächlich wählt der Regisseur des Films eine außergewöhnliche Form der Darstellung seiner Charaktere:

“Discussion of their personal relationships, hopes, and doubts largely drops out. As the Russian Formalists would say, exposition, usually given early on and at wide intervals later in a plot, becomes the dominant here. That’s an unusual enough tactic to warrant a closer look. (...) The characters’ goals, apart from Cobb’s, arise from the premises of the dream-sharing technology. Of course, they want to get paid, but that’s assumed. Why they need the money, whom they go home to when off-duty, how they got into this business, and all the other conventions of Hollywood characterization, are simply ignored.” (Ebd.)

Thompson erklärt, dass es nur wenige Momente gibt, in denen der Zuschauer wirklich *zuschaut* und sich in einer Szene mit persönlichen Gesprächen z.B. zwischen den Charakteren Cobb und Ariadne (Ellen Page) wiederfindet: „These moments provide the main alternative to the exposition-ridden dialogue, and they are a very small portion of the overall speech in the film.“ (Ebd.) Thompson fügt hinzu, dass es keinen Grund dafür gäbe, sich als Rezipient von jenem Aspekt, dass es keine „rich, fully rounded characters“ gibt, stören zu lassen:

“Once I realized that this film’s plot concerns fiendishly complicated action that requires almost constant exposition from the characters, I enjoyed the rest of it. I saw it a second time and enjoyed it even more. (...) It’s clearly a puzzle film that takes the usual complicated premises of a heist movie and pushes them to extremes. Accepting the flow of nearly continuous exposition may remove some of the frustrations viewers face. After all, there’s no rule against it.” (Ebd.)

Nach Thompsons Erläuterungen zur Filmrezeption, folgt Bordwells Kritik innerhalb desselben Blog-Beitrags, beginnend mit einem Zitat von Alfred Hitchcock:

“When an actor comes to me and wants to discuss his character, I say, ‘It’s in the script.’ If he says, ‘But what’s my motivation?’, I say, ‘Your salary.’ ” (Ebd.)

Bordwell möchte den Leser der Kritik vorerst von dem filmischen Fokus des Luzidtraums, der in *INCEPTION* thematisiert wird, ablenken,⁷³ denn seine Fokussierung beruht auf der Motivation und der Vorstellung, „that any artwork needs to justify certain elements or strategies it presents.“ (Ebd.) Weiters erklärt der Kritiker, dass gewisse Elemente eines Films oft als dessen Aussage subsumiert werden, jedoch handle es sich im Grunde genommen um die Motivation des Films.⁷⁴

“(…) a lot of what we find in films is motivated, either by genre or by appeal to realism, in order to give us a particular narrative experience. First, you can motivate a film’s formal play through genre conventions. A science-fiction film, for instance, can invoke time travel or alternate universes. Doc’s time machine in the *BACK TO THE FUTURE* series motivates a fairly unusual play with cause and effect, particularly in the second installment. Likewise, mystery and detective stories pioneered the “lying flashback,” when people give false testimony about a crime (as in *Crossfire*). (...) Second, you can motivate formal experiment through the movie’s appeal to some widely-believed law of life, a common-sense realism.” (Ebd.)

INCEPTION beziehe seine Motivation aus dem Sci-Fi-Genre: „Science fiction grants the possibility of entering people’s dreams through a futuristic technology“, wobei der „commonsense realism“ im Film die Eigenschaft des Nachfühlers verkörpere: Alle persönlichen Erfahrungen aus Träumen, können die Rezipienten aus eigener Erfahrung nachfühlen.

„I suggest, though, that the purpose of the film not to explore the dream life but rather to use the *idea* of exploring the dream life to justify creating a complex narrative experience for the viewer. *That* is the purpose of the film; the dreams operate as alibis. (...) He recruits the conventions of science fiction, heist movies, Bond intrigues, and team-mission plots like *The Guns of Navarone* to make the scene-by-scene progression of the plot comprehensible. The iterated chases and fights keeps us grounded too, though you might wonder why Fischer’s subconscious projections all seem to have leaped out of a Bruckheimer picture. And of course you’ve seen many of the other images before, from the Paris café to the luxury hotel bar. Shamelessly clichéd, the image of kids playing in the sunlight immediately evokes fatherhood and family in any film.“ (Ebd.)

⁷³ “Forget dream stuff for a while. Yes, Nolan says he was interested in dreams, especially lucid dreaming. Yes, he claims that the precision of detail in the film was an effort to suggest how “real” dreams feel when you’re having one. And yes, critics have defended the films’ dream worlds as realistic, or attacked them as phony substitutes. All interesting points and worth exploring, but not my focus at the moment.” (Bordwell/Thompson 2010)

⁷⁴ “The notion of motivation turns a lot of our usual thinking about cinema inside out. Usually we think that something is present in order to support what the film ‘says.’ But actually a lot of what we find in films is motivated, either by genre or by appeal to realism, in order to give us a particular narrative experience.” (Ebd.)

Bordwell erklärt, dass es interessant zu beobachten sei, dass Independent-Produktionen eine solche Art von Motivation für „narrative experiments“ nicht benötigen.⁷⁵ Was sich für ambitionierte Filmmacher Hollywoods (und nicht nur dort) als Problem hervortun kann, ist die gängige Art und Weise, erzählerische Innovationen schnell kopieren zu können, ähnlich umzuformen und so in anderen Filmen zu verwenden. Hier stellt sich für den Kritiker die Frage: „So how can you create fresh experiments in storytelling today?“ (Ebd.)

Im Anschluss darauf folgt eine detaillierte Erörterung zu Nolans innovativer Vorgehensweise des Zusammenfügens der verschiedenen Erzählstränge innerhalb der Handlungsebenen, um dem Zuschauer dennoch nicht den Überblick verlieren zu lassen.⁷⁶ Bordwell stellt Vergleiche mit Werken anderer Regisseure sowie anderer Filme des Regisseurs Nolan an. Er erklärt die komplizierten Handlungsverläufe auf verständliche Weise (was in den vergleichbaren Reviews mit der Ausrede, vor „Spoiler“ schützen zu wollen, umgangen wird) und analysiert deren Bedeutung und Platzierung im Film, um schließlich an jenen Punkt zu gelangen, wo er thematisiert, dass Nolans Erzählweise der „eingebetteten Handlung“⁷⁷ ein gutes Mittel zur Darstellung der Storyline sei:

„The general absence of complicated embeddings today (at least since *THE MATRIX*) presents an opportunity for an ambitious moviemaker. *INCEPTION* constitutes an extended experiment in what you can do with a nested plot structure, motivated by the dream-invasion premise.

(...) In sum, as ambitious artists compete to engineer clockwork narratives and puzzle films, Nolan raises the stakes by reviving a very old tradition, that of the embedded story. He motivates it through dreams and modernizes it with a blend of science fiction, fantasy, action pictures, and male masochism. Above all, the dream motivation allows him to crosscut four embedded stories, all built on classic Hollywood plot arcs. In the process he creates a virtuos stretch of cinematic storytelling.” (Ebd.)

⁷⁵ „*Last Year at Marienbad* is perhaps the supreme example of a purely artificial construct, which can't be justified by genre or subject/theme. (...) They present themselves as experiments in storytelling, pure and simple.” (Ebd.)

⁷⁶ „Nolan has hit upon some ways to make his innovation user-friendly. For one thing, as most viewers have noticed, he situates his levels in very different locales: rainy, traffic-filled city versus eerily vacant metropolis; cushy hotel versus more Spartan one; beach versus mountains. This allows us to keep oriented during even the most rapidly cut portions. More subtly, Nolan has, deliberately or not, respected the limits of recursive thinking, or metacognition.” (Ebd.)

⁷⁷ „The embedded story, or the tale-within-the-tale, dates back at least to *The Odyssey*. In the standard case, we have one level of story reality, and in that a character tells a story that takes place earlier and elsewhere. Typically the embedded story is pretty extensive, with its own structure of exposition, development, crisis, and climax. You can of course multiply the stories, as in *The Arabian Nights*, *The Decameron*, and *The Canterbury Tales*.” (Ebd.)

Verbesserungsvorschläge⁷⁸ lässt der Kritiker ebenso wenig außen vor, wie eine ausführliche Analysierung der Charaktere und schließt seine Kritik mit einem Schlusskommentar ab:

“Nonetheless, if current excitement about this movie is any measure, Nolan has pulled off the big balancing act. The film is redundant and familiar enough to let most of us follow the main trajectories on the first pass. Yet it's enigmatic, elliptical, and equivocal enough to keep many of us talking about it. . . and watching it again. Recidivism, thy name is INCEPTION.” (Ebd.)

Im Vergleich zu den zuvor vorgestellten „Amateur-Kritiken“ zum Film INCEPTION, vermag Bordwells professionelle Kritik dem Leser einen „neuen“ Blick auf die Handlung und somit die Möglichkeit einer „erweiterten“ Rezeption des Filmes schaffen. In Bordwells Kritik geht es an keiner Stelle um seinen persönlichen Filmgeschmack oder welche Genres er bevorzugt. Er hält es auch nicht nötig zu erörtern, welche der Filme, die im selben Jahr veröffentlicht wurden, „besser“ im Vergleich zu INCEPTION wären. Er nimmt sich des filmischen Werkes per se an und verfasst, nach intensiver Beschäftigung mit diesem (und anderen Filmen des Regisseurs), eine objektive und detaillierte Filmkritik. Selbstnarration scheint im Zusammenhang mit Filmkritiken fehl am Platz zu sein, da sie zwar eine Meinung, einen Filmgeschmack und oftmals eine Art „Trendbewusstsein“ ausdrückt, jedoch über keinen aufschlussreichen Wert für die Rezeption eines Films, des Verstehens der Intentionen und Methoden des jeweiligen Filmemachers verfügt.

Als grundverschieden gilt auch die allgemeine Auffassung der Blogger, eine Kritik dürfe nicht zu viel „über den Film verraten“. Das definiert wohl eher eine Review, welche dann jedoch kurz gehalten sein soll. Thompson und Bordwell schreiben das kritische Essay zu INCEPTION für einen Leser, der den Film bereits gesehen hat. Es erscheint auch gewinnbringender zu sein, eine solch umfangreiche Kritik *nach* der Rezeption des filmischen Werkes zu lesen, da sie nur dann als kreative Abhandlung des Rezipierten fungieren kann.

Der deutsche Autor, Feuilletonist und Filmkritiker Georg Seeßlen, der ebenfalls ein Blog (vorrangig politisch-kritischer Natur) betreibt, definiert die Formel für Filmkritik

⁷⁸ „I could find faults. As in *THE DARK KNIGHT*, Nolan's action scenes are clunky and distressingly casual in their composition and cutting. He is much better at mind games than spatially precise physical activity. Some dialogue could be pruned too. (*What are you doing here? He loved you—in his own way. Something is happening...as we speak.*) And I haven't even posed the interpretive issues. Find a sympathetic young woman to exorcise the demonic wife you can't quite abandon. Find a new father figure (Japanese mogul) to replace the old one (Brit architect). Use the spinning top to exemplify both change and stability, childhood and maturity, and/or the unending flux of narrative. As Kristin hints, the whole thing might actually be complicated rather than complex; instead of a dense but coherent cluster of principles we might have a shiny contraption, bolting on new premises as it hurtles along.” (Ebd.)

folgendermaßen: „Je komplizierter ‚Film‘ wird, desto einfacher soll Kritik werden, als sei ihre Aufgabe vor allem die ‚Komplexreduzierung‘. Das ist entweder Irrtum oder Korruption.“ (Seeßlen 2009) Insofern sollte eine Kritik zum Verständnis des Filmes beitragen oder, wie es Bordwell beschreibt, eine Erweiterung im Blick der Rezeption verschaffen. Charakteristisch für Seeßlens Filmkritiken ist, dass „er auch aktuelle gesellschaftliche und kulturelle Entwicklungen mit einbezieht und anhand dieser Filme analysiert.“ (NEGATIV 2011)

„Wir ‚verstehen‘, indem wir Elemente, die sich mehr oder weniger genau beschreiben lassen, miteinander in logische Beziehung setzen. Die Beziehung, nicht die Beschreibung, ist der ‚Sinn‘. Logische Beziehungen wiederum sind Elemente, die sich miteinander in Beziehung setzen lassen. Und so weiter. Wissenschaft geht zurück auf die beschreibbaren Elemente, Kritik dagegen fügt den Beziehungen weitere hinzu. Mehr oder weniger logische Beziehungen zwischen Systemen, zum Beispiel dem System eines Films und dem System eines Wahrnehmungscode.“ (Seeßlen 2009)

Seeßlen sieht bezüglich der Aufgabe, welche eine Filmkritik zu leisten hat, auch nicht von der Beratung des Konsumenten ab:

„Das reicht von der einfachen Aufgabe einer Konsumentenberatung (ganz schlicht: Welcher Film ist es wert, (mindestens) einen halben Stundenlohn und zwei bis drei Stunden Lebenszeit in ihn zu investieren) über die Vermittlung (die Vermittlung von Wissen, die es dem Zuschauer gestatten, in die individuelle Tiefe des einzelnen Filmes ebenso wie in die Vernetzungen von Filmgeschichte zu begeben, somit also den Akt des Filmesehens diskursiv und kulturelle zu bereichern) bis hin zu einer Austauschfunktion zwischen dem Filmemachen/Filmesehen und der wissenschaftlichen Theorie von Wahrnehmung, Semiologie, Struktur, Kulturtheorie bis hin zu gender studies.“ (NEGATIV 2011)

Filmkritiken dienen jedoch nicht dazu, nicht verstandene Filme zu erklären, sondern vielmehr, diese zu erläutern und ihre Rezeption *in Worte* zu fassen. Daher gehöre „zur Rolle des Filmkritikers immer auch noch ein subjektiver Faktor.“ (Ebd.)

Unter den vielen Filmblogs, die von Filminteressierten aufgesucht werden können, um sich zu informieren, sich mitzuteilen oder auszutauschen, gibt es auch Unmengen von Blogs, die ausschließlich zur Vermarktung von Filmen fungieren. Solche kommerziellen Blogs sind zwar keine erklärten „Kritiker-Blogs“, bieten aber durch die Kommentarfunktion genug Raum für Diskussionen der Besucher. Sie bieten ebenso Reviews zu Filmen (und Serien), welche weniger persönlich, jedoch äußerst lesernahe und ansprechend in ihrer Formulierung erscheinen und jeden Film zu einem „Must-have“ für den Kunden machen.

3.4 Marketing 2.0: Beispiele für kommerzielle Filmblogs

Auf der Suche nach Blogs in der Blogosphäre, welche die Filmthematik behandeln, gibt es zahlreiche von Filmunternehmen, Filmvermarktungs- und Vertriebsfirmen gegründete Blogs zu entdecken, welche den Bekanntheitsgrad der (Online-)Unternehmen bzw. ihrer Produktionen steigern sollen. Jene Blogs fungieren als Werbeeinschaltung im Netz und sind Bestandteil einer profitorientierten Vermarktungsstrategie, während sie durchaus über umfassende Informationen zur aktuellen Filmwelt, geplanten Projekten, internen Interviews und aufwendigen, umfangreichen Artikeln zu allen möglichen Film- und TV-Events verfügen. Als Anreiz locken sie ihre Besucher mit Informationen, Diskussionen und top-aktuellen Schlagzeilen der Filmbranche an und bieten DVDs & Co. zum Verkauf an.

Ein solches profitorientiertes „Allround-Konzept“ stellt das stark frequentierte Filmblog *GreenCine.com* dar. Eine (englischsprachige) Leserschaft, welche Blogs im aktualitätsbezogenen News-Stil bevorzugt, wird leicht auf das Filmblog des DVD-Verkaufsunternehmens *GreenCine* (www.greencine.com) aufmerksam. Das DVD-Angebot umfasst über 30.000 Filmtitel aus 250 Filmgenres, darüber hinaus werden mehr als 9.000 Filme als Video-on-demand angeboten (vgl. www.greencine.com/static/about.jsp). Das *GreenCine Daily Blog* animiert seine User „to read interviews with influential filmmakers and join one of the largest communities of film fans on the Web to connect with other members, voice your opinions and create your own list of must-see films,“ womit Filmfans direkt angesprochen werden und sich wertgeschätzt („voice your opinions“) sowie als Teilhabende eines gemeinsamen Projekts fühlen.⁷⁹ In der Film-Community rund um *GreenCine.com* treffen Blogger aufeinander, die ihre privaten Blogs führen und verbreiten wollen, sich mitteilen und einbringen wollen, andere, die sich informieren und austauschen wollen und am aktuellen Stand der „News on film“ sein wollen oder jene, die auf das DVD-Angebot aufmerksam geworden sind. *GreenCine* nutzt das Medium Blog zur Vermarktung von Filmen, zur Bewerbung der eigenen Firma und Steigerung des Bekanntheitsgrades mit geschickten Verkaufsslogans wie „The staff at GreenCine shares your passion for film“; „It's our belief that our favorite movies are stepping-stones to a bigger world“ (ebd.), was bedeutet, dass deren Lieblingsfilme absolute „must-see-movies“ darstellen, womit meinungsbildendes Potenzial innerhalb der Community verkündet wird: „The movies we love help define who we are, link us to friends and provide much more than just entertainment.“

⁷⁹ „GreenCine's mission has three interweaving parts: 1) to form and foster a comprehensive online film community where members can connect with each other and discuss and recommend their favorite films, 2) to broaden the viewing tastes of audiences and give a spotlight to films and filmmakers rarely featured on other movie sites, and 3) to build and maintain one of the largest and most diverse libraries of films on the Internet.“ (www.greencine.com/static/about.jsp)

(Ebd.) *GreenCine* informiert seine Besucher über Neu-Erscheinungen und zukünftige DVD-Releases, veröffentlicht Artikel und Interviews von bzw. über Filmemacher und deren Projekte und ist ebenfalls auf sozialen Micro-Blogging-Plattformen wie *Twitter*, *Facebook* und *MySpace* vertreten.

The screenshot displays the GreenCine.com homepage. At the top, there's a navigation bar with the GreenCine logo, a 'STREAM MOVIES IN HD' banner, and several movie posters including 'BAD REPUTATION', 'ABDUCTION', 'TACTICAL', and 'exploring love'. A 'CREATE A FREE ACCOUNT NOW' button is prominent. Below the navigation bar, there's a search bar and a list of genres: Action, Adult, Adventure, Animation, Anime, Classics, Comedies, Comic Books, Crime, Criterion Collection, Cult, Documentary, Drama, Erotica, Espionage, Experimental/Avant-Garde, Fantasy, Film Noir, Foreign, Gay & Lesbian, HD (High Def), Horror, Independent, Kids, Martial Arts, Music, Musicals, Pre-Code, and Quest. The main content area features a '3 STEPS TO UNLIMITED MOVIES!' section with numbered steps: 1. Pick your Flicks, 2. Receive by Mail, and 3. Send back for More. To the right, there's a 'GreenCine Central' section with a 'Recent Posts' list including 'Mugabe and the White African'. On the far right, there's a 'GreenCine Hot 15 Hottest Titles November '10' list featuring movies like 'District 9', 'Hurt Locker', and 'Kick-Ass'. The bottom of the page shows 'New and Coming Releases' for January 11, including 'The Social Network (Blu-ray)', 'The Freebie', 'Alamar', 'Heartbreaker', and 'Black Butler'.

Abbildung 12: GreenCine.com

“GreenCine's philosophy is simple: Movies Matter.”⁸⁰

Trotz der im Vorfeld verkündeten „Facts on Film“, der gut aufbereiteten News-Artikel und der Möglichkeit, sich als User in den Online-Dialog über Filmthematiken zu integrieren, findet man direkt auf der Startseite von *GreenCine.com*, recht dominant im Design, den DVD-Bestellvorgang in drei einfachen Schritten erklärt (siehe Abb. 12). Zweifellos informiert das Blog über aktuelle bzw. zukünftige Projekte die Filmbranche betreffend und gibt interessante Einblicke hinter die Filmkulissen, letztendlich dient das Blog aber zur Etablierung und Verbreitung der Online-DVD-Rental-Firma innerhalb der Netz-Community und bezieht seine Motivation zur kontinuierlichen Erweiterung des Blogs ebenso aus profitorientierten Gründen. Eine persönliche, lesernahe und spontane Schreibweise ist hier zu finden, weil die Firma *für* ihre Kundschaft, also gleichermaßen *für* Blogger schreibt. Hier ist, als gemeinschaftliches Firmen-Blog die *Wir*-Form (im Gegensatz zur *Ich*-Form) vorherrschend, die den Kunden

⁸⁰ www.greencine.com/static/about.jsp

direkt anspricht und damit jene Persönlichkeit schafft, die das begehrte Vertrauen des Konsumenten zu erwerben versucht. Es handelt sich demnach um „Werbebotschaften im Plauderton“ (Armbrorst 2006: 66), die an die Konsumenten herangetragen werden. Durch das WWW ist das Angebot von Filmen auch nicht mehr auf örtliche Kinos, das DVD-Repertoire von Elektromärkten oder Videotheken beschränkt. Diese neuen Distributionswege in Form von Online-Videotheken, Video-on-Demand Dienste (oder sogar virtuelle Kinos in Second Life⁸¹) erweitern das Angebot für Film-Konsumenten ins Unermessliche (vgl. Scholz: 146).

Das erste offizielle Blog, das alleinig zur Filmvermarktung eines einzelnen Filmes eingesetzt wurde, war das *Spider-Man2 Production-Blog* (vgl. Scholz 2009: 195). Grant Curtis berichtet als Koproduzent des Films in Form eines Produktionstagebuchs von den Ereignissen hinter den Kulissen, die sich während der Dreharbeiten zu SPIDERMAN 2 zugetragen haben.⁸² Als Besonderheit des Blogs gelten die Blog Templates und Tools, die den Fans zum Download offeriert werden: Auf diese Weise eröffnet das Projekt den Bloggern die Möglichkeit, ihr Blog im Stil des *Spider-Man2*-Blogs „nachzubauen“ und zu gestalten.⁸³ Auf diese Weise verwandeln sich die privaten Weblogs der Fans in Fan-Blogs des Films und verkörpern für die Firma *Sony Pictures* eine besondere Form der Werbung. Auch war es Spider-Man-Fangemeinde möglich, nach Belieben Einträge aus dem *Spider-Man2*-Blog per HTML-Code in ihr eigenes Blog oder auf die Seite eines sozialen Netzwerkes zu übertragen, wodurch sich Inhalte des Production-Blogs viral auf andere Websites verbreiten konnten (vgl. ebd.: 197). Genauso wurde auch für das Sequel des Films das *Spider-Man3*-Blog eingerichtet, welches als erweiterte Form (zusätzlich zum Produktionstagebuch), ganz im Sinne des Mitmach-Webs, einen user-generated content Wettbewerb startete, um seine Fans dazu zu animieren, aus online zur Verfügung gestelltem Sound- und Videomaterial eigene Clips zu produzieren (vgl. ebd.: 196).

Die herkömmliche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit erweitert und verändert sich nachhaltig durch die neuen Kommunikationsformen im Web 2.0. Soziale Netzwerke, welche den zunehmenden Einfluss von Mundpropaganda begründen und den Usern ein höheres Maß an Glaubwürdigkeit und Authentizität verleihen, fordert PR-Kampagnen dazu auf,

⁸¹ “*Second Life* is a free 3D virtual world where users can socialize, connect and create using free voice and text chat.” (www.secondlife.com)

⁸² “Grant Curtis has been working with Sam Raimi since 1997, and also co-produced Spider-Man and Spider-Man 2. Get a true insider's look at the creative and filmmaking process by reading through the archive of the Spider-Man2 Production Blog.” (www.spiderman.sonypictures.com/movies/spiderman2/productionblog/)

⁸³ “Whether you're an experienced blogger or just getting started, Spider-Man blog templates give your blog a professional look.” (www.spiderman.sonypictures.com/downloads/blogtemplates)

diesem Maß im Rahmen ihrer PR-Arbeit gerecht zu werden. PR-Agenturen und Corporate Communications-Abteilungen machen sich aus diesem Grund mit sozialen Netzwerken und Instrumenten des Web 2.0 vertraut, „um auch zukünftig erfolgreich arbeiten zu können“. (Scholz 2009: 141) Corporate Blogs gelten als das derzeit bedeutendste Instrument für erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit im Web 2.0: Beim Einsatz von Blogs zur Filmvermarktung zählt vorrangig, regelmäßig authentische und lesenswerte Inhalte zu publizieren, die sich auf Hintergrundinformationen zu den Schauspielern, Regisseuren, Produzenten, etc. beziehen (vgl. ebd.). Alexander Scholz erwähnt in seinem Buch „Filmmarketing 2.0 – Vermarktung von Spielfilmen im Social Web“ (2009) auch das hohe Maß an Bedeutung, die solchen Corporate Blogs zugesprochen wird. Jene Blogs werden von zahlreichen Journalisten als erste Adresse für ihre Recherchearbeit genutzt, „da deren Inhalte oft regelmäßig aktualisiert und mit den neuesten Informationen vom Set gefüllt werden.“ (142) Neben Weblogs werden auch Pod- und Videocasts innerhalb der PR-Arbeit eingesetzt.

4. Internationale Blogvielfalt im Vergleich

“The blogosphere is multilingual, and deeply international.” (Sifry 2006a)

Unter Beachtung der Entstehungsgeschichte der Blogosphäre und ihrer Verbreitung, ist es wenig überraschend, dass die Rangführer der auf *Technorati* erfassten Blogs englischsprachig sind und im Übermaß aus den USA stammen. Dementsprechend sind auch die Top-Blogs der Kategorie *Film* (aus der übergeordneten Kategorie *Entertainment*) aus den USA. Blogs werden weltweit in den verschiedensten Sprachen veröffentlicht und in Anbetracht der Rangführer unter den Blogs auf *Technorati* könnte man meinen, dass englischsprachige Blogs die Blogosphäre dominieren. Die von *The Blog Herald* (www.blogherald.com) durchgeführte Untersuchung zu den sprachlichen Hotspots der Blogosphäre (siehe Abb. 13) zeigt, dass 36 % der Blogs englischsprachig sind, Blogs in japanischer Sprache diese jedoch mit 37% überragen. Chinesische Blogs folgen mit 8%, spanische Blogs mit 3%, portugiesische und russische Blogs mit 2%, italienische Blogs machen immerhin 3% und französische Blogs 2% aus, während als Schlusslicht (neben Blogs in Farsi) deutschsprachige Blogs mit 1% folgen (Stand: 20.09.2010).

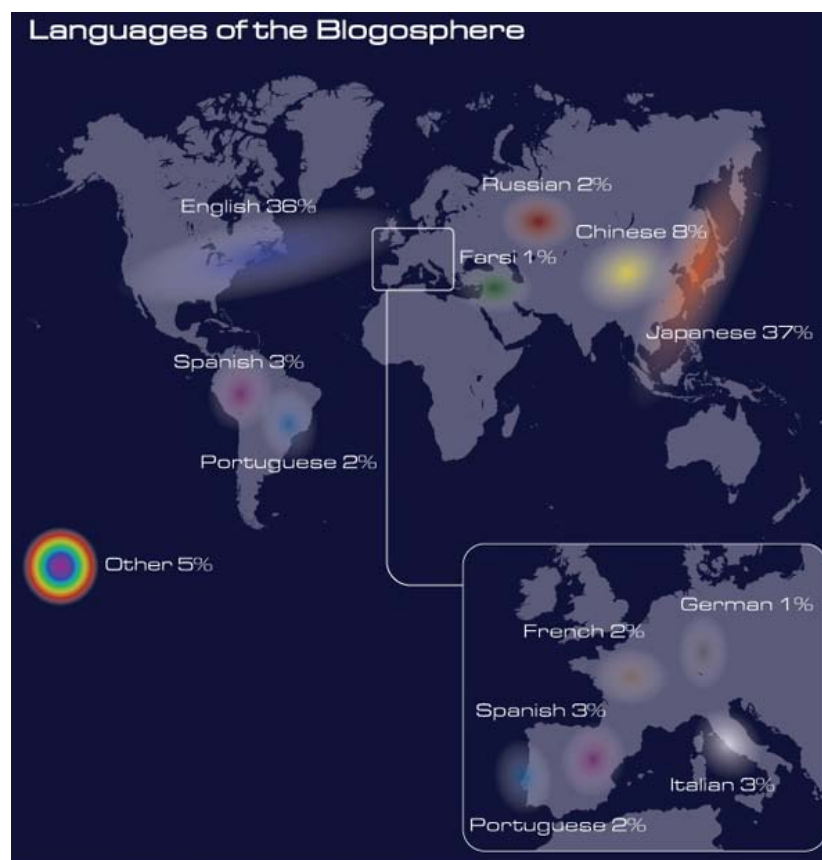


Abbildung 13: Ausschnitt 4 der Grafik “State of Blogosphere“

Die sprachlichen Anteile der Blogosphäre im Jahr 2006 verteilten sich auf ähnliche Weise, wobei die Anzahl an englischsprachigen noch jene der japanischsprachigen Blogs übertraf (siehe Abb. 14).

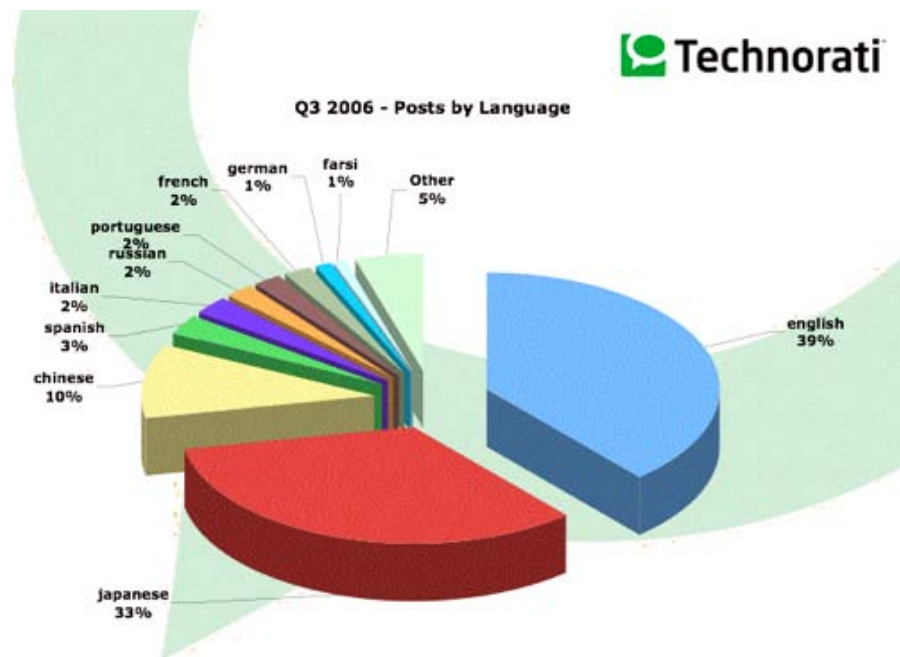


Abbildung 14: 2006 - Posts by Language

Dennoch spielt sich in der Blogosphäre alles dort ab, wo ihr Ursprung liegt: In den USA. Es ist die Anzahl der Verlinkungen der Blogs auf andere und der dadurch erreichte Grad an Einfluss, was ein Weblog unter den vielen anderen Blogs hervorhebt. US-Weblogs in englischer Sprache stehen in den einzelnen Themenkreisen, in welche die Blogsuchmaschine *Technorati* alle Blogs der Blogosphäre (weltweit) unterteilt, an oberster Stelle. *The Huffington Post* gilt, wie bereits erwähnt, als das mächtigste und meistgelesene Blog der Blogosphäre, gefolgt von *TechCrunch* (www.techcrunch.com), wobei die Blogs *Gizmodo*⁸⁴ und *Mashable!*⁸⁵ auf dem dritten und vierten Platz nicht unerwähnt bleiben sollen (siehe Abb. 15).

⁸⁴ *Gizmodo* ist ein "technology blog focused on gadgets." (www.gizmodo.com)

⁸⁵ *Social Media News and Web Tips – Mashable – The Social Media Guide* ist ein "Social Media news blog covering cool new websites and social networks: Facebook, Google, Twitter, MySpace and YouTube." (www.mashable.com)



Abbildung 15: Ausschnitt 5 der Grafik "State of Blogosphere"

Unter diesen mächtigen und einflussreichen Blog-Giganten verändert sich die Platzvergabe nicht ganz so schnell, wie unter den restlichen 1.256.303 Blogs⁸⁶, die auf *Technorati* verzeichnet sind. Prinzipiell ist jedoch jedes Blog, das es in die weltweite Top-Liste (z.B. unter die Top 100) schafft, als mächtig und einflussreich zu bewerten.

4.1 Meinungsbildende Rangführer: Movie Blogs in den USA

Unter allen Filmblogs weltweit gilt */Film – Blogging the Reel World* als unübertroffen. Das Blog */Film* (www.slashfilm.com) ist auf der Blogsuchmaschine *Technorati* derzeit auf dem ersten Platz aller Filmblogs, auf Platz 25 aller von *Technorati* erfassten Weblogs im Netz und stellt mit der Film Authority von 981 und der Entertainment Authority von 959 (von zu erreichenden 1000) ein stark frequentiertes Blog dar (Stand: 13.01.2011). Was *Slashfilm.com* auf den ersten Blick zu einem „professionellen“ Blog macht ist sein Design: Das Filmblog verfügt über ein aufwendiges Web-Design, das von der Firma *Pro Blog Design*⁸⁷ erstellt wurde (siehe Abb. 16). Ebenso auffällig und professionell wirkt das Logo-Konzept (hergestellt von *Illumination Ink*), welches einen hohen Wiedererkennungswert garantiert. Erwähnt sei, dass *Pro Blog Design* stolze Erfolge im Bereich des Blog-Web-Designs zu verzeichnen hat: "We have worked on dozens of sites, ranging from personal blogs up to one of Time Magazine's Top 25 Sites of 2009 and Technorati Top 100 Blog *Slashfilm.com*." (www.problogdesign.com/services)

⁸⁶ Vgl. www.technorati.com/blogs/directory/ (Stand: 18.02.2011).

⁸⁷ Vgl. *Pro Blog Design - Design a better Blog* bietet neben How-to-do-Artikeln, zur Verbesserung des Blog-Designs, auch den kostenpflichtigen „Blog and Website Design Service“ an: „The number of blogs on the web is huge. Countless millions of them, with thousands more made every day. No-one can follow all of them, only the ones that grab their attention. A unique, eye-grabbing design is all it takes for them to notice your blog and give your content *the attention it deserves*." (www.problogdesign.com/services)

Das Filmblog */Film* wurde im Jahr 2005 von Peter Sciretta, welcher zuvor als Vollzeit-Angestellter für das AOL-Filmblog *Cinematical* geschrieben hatte, gegründet. Im ersten Schaffensjahr durchläuft das Weblog formale Änderungen und der Themenbereich der Star-News steht noch über jenem der Film-Themen, wobei es nicht lange bei diesem Blog-Konzept bleibt.

“But in the end we found our place, concentrating on the geek/genre centric side of the movie universe. We also came to the conclusion that a blog needed to be more personable and opinionated. People don’t need another movie news site with 20 writers in this long-tailed world. So by year two, we had downsized the staff to a select group of four or five people. */Film* Editor Peter Sciretta became the main source of news and opinion to give the blog it’s much needed structure. The idea was/is that */Film* would be a blog with a personal point of view on the cutting edge of breaking news. Soon after, our community began to grow.” (www.slashfilm.com/the-history-of-film/)

Bereits im Februar 2007 überholt das „personable and opinionated“ Blog */Film* die *Premiere Magazine’s Website* (www.premiere.com) im Hinblick auf die Frequentierung und konkurriert von da an mit den größten Film-Websites des Internets. Mit der Ausweitung zum Podcast im Mai 2008 (er wird als */Filmcast* bezeichnet), wächst auch die Aufmerksamkeit der Community um das Filmblog. In einer wöchentlichen Live-Show werden gemeinsam mit Filmschaffenden (z.B. Kevin Smith zum Review „The Dark Night“ und Schauspieler Stephen Tobolowsky zum Review „The Mummy 3“ sowie einem Audiokommentar zu THE GROUNDHOG DAY) die „latest films, film news, television shows, and entertainment-related items from the previous week“ (ebd.) besprochen.

“The podcast quickly became one of the top film podcasts on iTunes. In addition to being available for download, the */Filmcast* typically broadcasts live on Monday nights at 9 PM EST / 6 PM PST at Slashfilm.com/live, where listeners can join in and participate in the conversation.” (Ebd.)

Mittlerweile berichtet das Blog jährlich vor Ort von diversen Film Festivals (u. a. vom *Sundance Film Festival* seit 2004 und dem New York City’s *Tribeca Film Festival* seit 2006), wird von der *New York Times* und weiteren namenhaften Printmedien zitiert⁸⁸ und genießt

⁸⁸ “*/Film*’s Review of The Dark Knight was reprinted in *The Wall Street Journal*’s Indian newspaper Mint. In June 2008, */Film* was featured in *PC Magazine*’s Best Websites for Movie Fans. In 2009, we were rated One of the 25 Best Blogs of the Year by *Time Magazine*. *Total Film Magazine* named us the Best Major Movie Blog on the web. *The Guardian* listed */Film* as one of the 100 Essential Websites on the Internet. *Total Film Magazine* named */Film* founder/editor/writer Peter Sciretta one of Film’s Most Influential People.” (www.slashfilm.com/the-history-of-film/)

den Respekt der Filmindustrie.⁸⁹ Der Blog-Gründer Peter Sciretta definiert seine Blogger-Motivation mit den Worten:

“I started blogging about film because our love for the medium. And I became a blogger instead of a ‘journalist’ for the sole reason that I could mark out my fanboy passions, and help promote some of the projects and people that interest me. The idea was/is that there are probably others who have my same cinematic sensibilities. That said, we’ve been really lucky to interview some of the artists, actors and directors we really admire and respect.” (Ebd.)

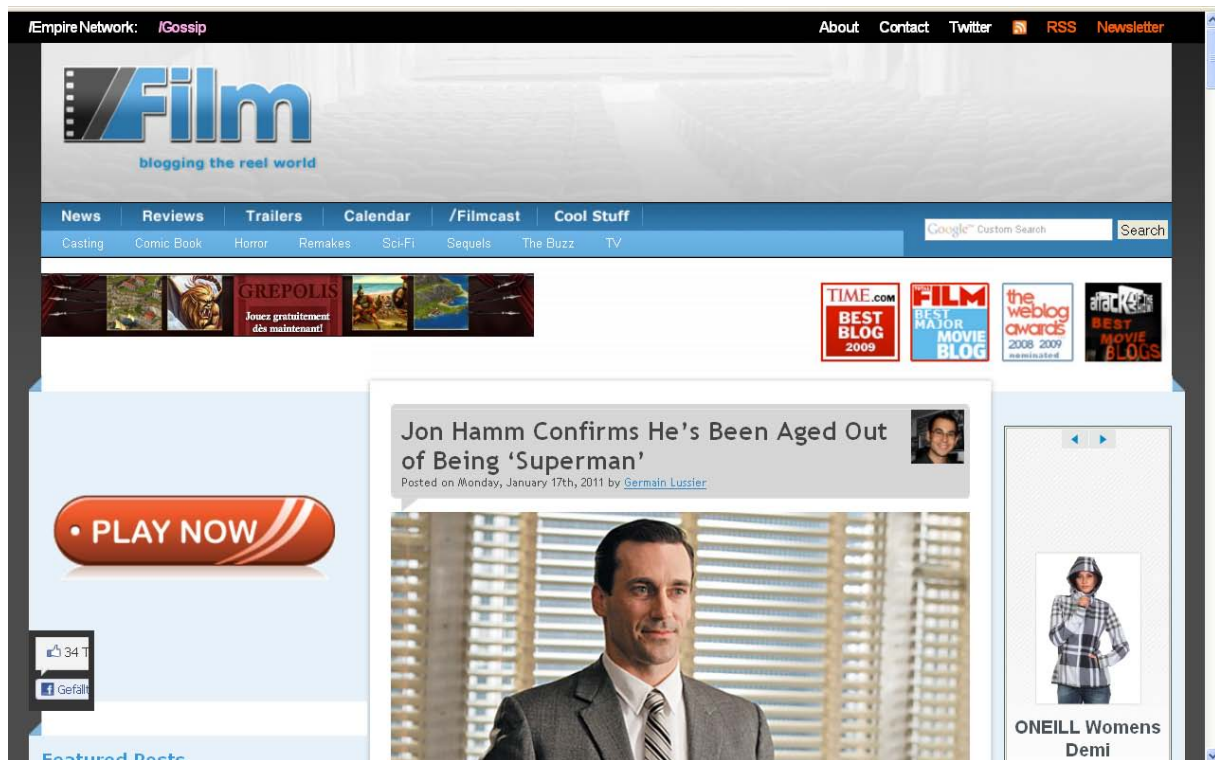


Abbildung 16: /Film

Direkt auf der Startseite von *Slashfilm.com* werden die für das Blog erlangten Auszeichnungen vorgestellt: *Time.com*: „Best Blog 2009“, *Total Film*: „Best Major Movie Blog“, *The Film Blog Awards 2008 & 2009*: „Nominated“, *Attack of the Show*: „Best Movie Blogs“ (siehe Abb. 16). Wie üblich, bietet das Blog auch Platz für Werbeeinschaltungen, eine Suchfunktion (*Google Custom Search*) sowie Links zu sozialen Netzwerken, in diesem Fall *Twitter* und *Facebook*. Direkt über dem */Film*-Logo befindet sich ein Link zu dem verwandten Blog */Gossip* (www.slashgossip.com). Innerhalb der übergeordneten Rubriken befinden sich Themengebiete wie "News, Reviews, Trailers, /Filmcast"; innerhalb der untergeordneten Rubriken können die Besucher des Weblogs zwischen "Casting, Horror, Remakes, Sci-Fi,

⁸⁹ “We’re on the junket list for most of the major movie studios, regularly attend advance press screenings and visit movie sets.” (www.slashfilm.com/the-history-of-film/)

Sequels oder TV" wählen. Dies zeigt den weiten Umfang der Themenkreise, mit welchen sich die Autoren des Blogs im Zuge täglicher, top-aktueller Publikationen von Artikeln befassen. Scrolled man die Startseite nach unten, erscheinen neben dem neuesten Beitrag (zentral und an oberster Stelle), frühere Beiträge in der Blog-üblichen Chronologie sowie eine Auflistung von „Featured Posts“, „Upcoming Movies“ und (erst) danach sind die „Contributors“, also die Urheber des Blogs, zu finden. Gemeinsam mit dem „Editor in Chief/Head Writer“ Peter Sciretta, zählt das Team sechs weitere Mitarbeiter, die mit Vor-, Nachnamen und Herkunft in kurzer Form vorgestellt werden. Klickt man einen ihrer Namen an, wird das Blog so gefiltert, dass alle Artikel des ausgewählten Autors in ihrer Chronologie (mit dem neuesten Artikel an oberster Stelle) aufgelistet werden.

Der Artikel „Bill Murray May Really Be the Holdup With GHOSTBUSTERS III“ vom 11.01.2011 (siehe Abb. 17) gibt Hintergrundinformationen zum geplanten GHOSTBUSTERS-Sequel (vgl. Fischer 2011). Die Schreibweise des Artikels ist als humorvoll, sehr persönlich und zugänglich zu beschreiben und enthält Insider-Witze für Bill Murray-Fans:

„Ivan Reitman just said that the script was truly just finished, and has been sent to Murray. So if his definition of ‘good’ lines up, then Slimer will pop out of his hole, not be scared by his shadow, and the show will go on. Oops, sorry. Getting my Murray movie metaphors mixed. We’ll have real news on the film just as soon as there is some.“ (Ebd.)

Der Satz „Slimer will pop out of his hole, not be scared by his shadow, and the show will go on“ ist eine Paraphrase, die auf das Murmeltier im Film THE GROUNDHOG DAY (1993) mit Bill Murray in der Hauptrolle verweist. Auf Leser, welche diesen Scherz nicht verstehen, weil ihnen der genannte Film nicht bekannt ist, wird keine Rücksicht genommen. Wer diesen Artikel liest, weiß entweder Bescheid oder möge den Verweis als eine willkommene Einladung betrachten, sich zu informieren – Möglichkeiten bietet das Netz ohnehin en masse.

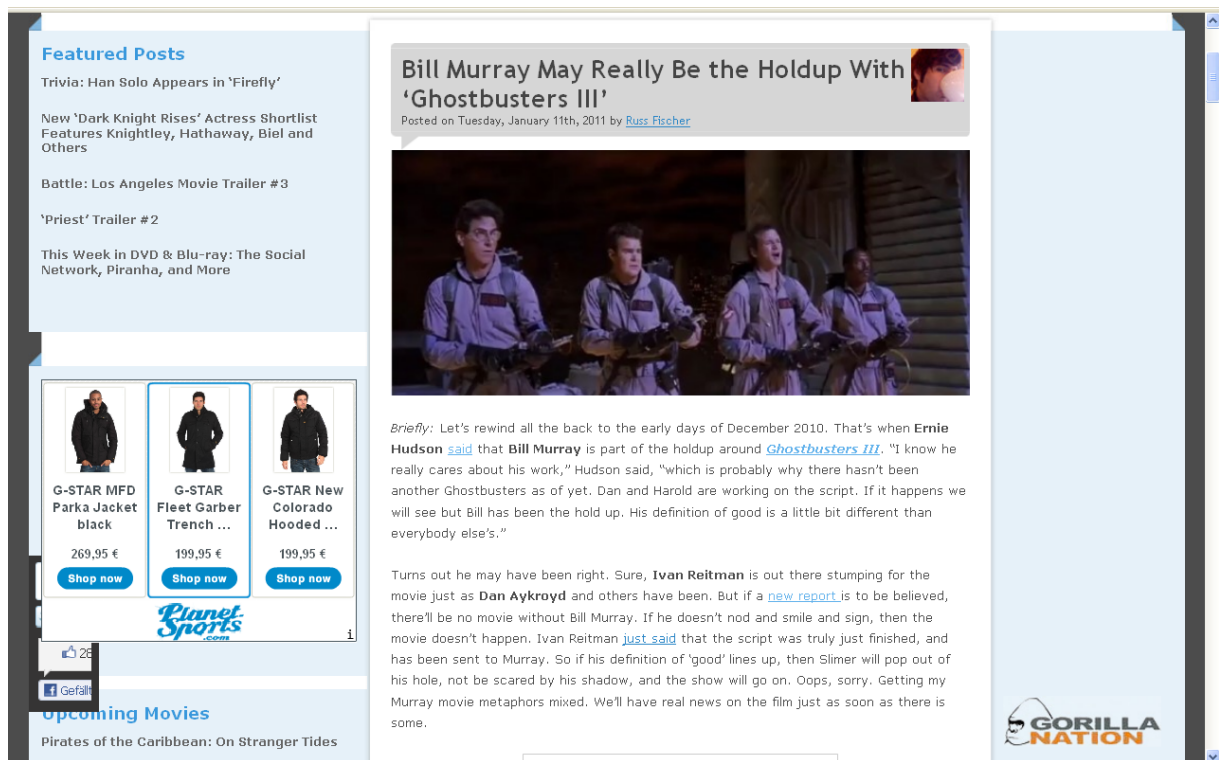


Abbildung 17: Artikel auf Slashfilm.com

Auffällig sind die vielen Tags, mit denen der Artikel versehen ist, die dazu dienen, um auf verwandte Artikel anderer Websites oder bereits berichteten Neuigkeiten innerhalb des /Film-Blogs zu verweisen. Eines der Tags führt zur Website *Deadline NewYork* (www.deadline.com), wo der Artikel „The Challenge Of Sequelizing GHOSTBUSTERS“ zu finden ist, welcher über weitere detaillierte Auskünfte zum Produktionsprozess informiert (vgl. Fleming 2011).

Als ein für den Untersuchungsgegenstand der Filmkritik im Social Web bedeutungsvoller Artikel erscheint „Roger Ebert Adds 24-Year-Old-Movie Blogger Ignatiy Vishnevetsky to ‚At The Movies‘“, welcher ebenfalls auf /Film veröffentlicht wurde und über den im Titel genannten Filmblogger berichtet. In der ab dem 21. Januar 2011 wöchentlich ausgestrahlten TV-Show „Ebert Presents at the Movies“⁹⁰ tritt der ehemalige „Amateur-Blogger“ gemeinsam mit der Filmkritikerin Christy Lemire (*Associated Press*) als Co-Host auf (siehe Abb. 18). Ursprünglich sollte der US-Filmkritiker Elvis Mitchell (*New York Times*) an seiner Stelle den Co-Host geben, jedoch wurde Mitchell von den Produzenten der Show,

⁹⁰ “The new weekly program debuts Jan. 21 on public television stations in 48 of the top 50 markets, representing more than 90% national coverage.” (Ebert 2011)

Roger Ebert⁹¹ und seine Frau Chaz Ebert, durch Vishnevetsky ersetzt, was eine Massenproduktion von Blogbeiträge zum „world’s newest, famous film critic after the jump“ (Lussier 2011) im Netz auslöst.

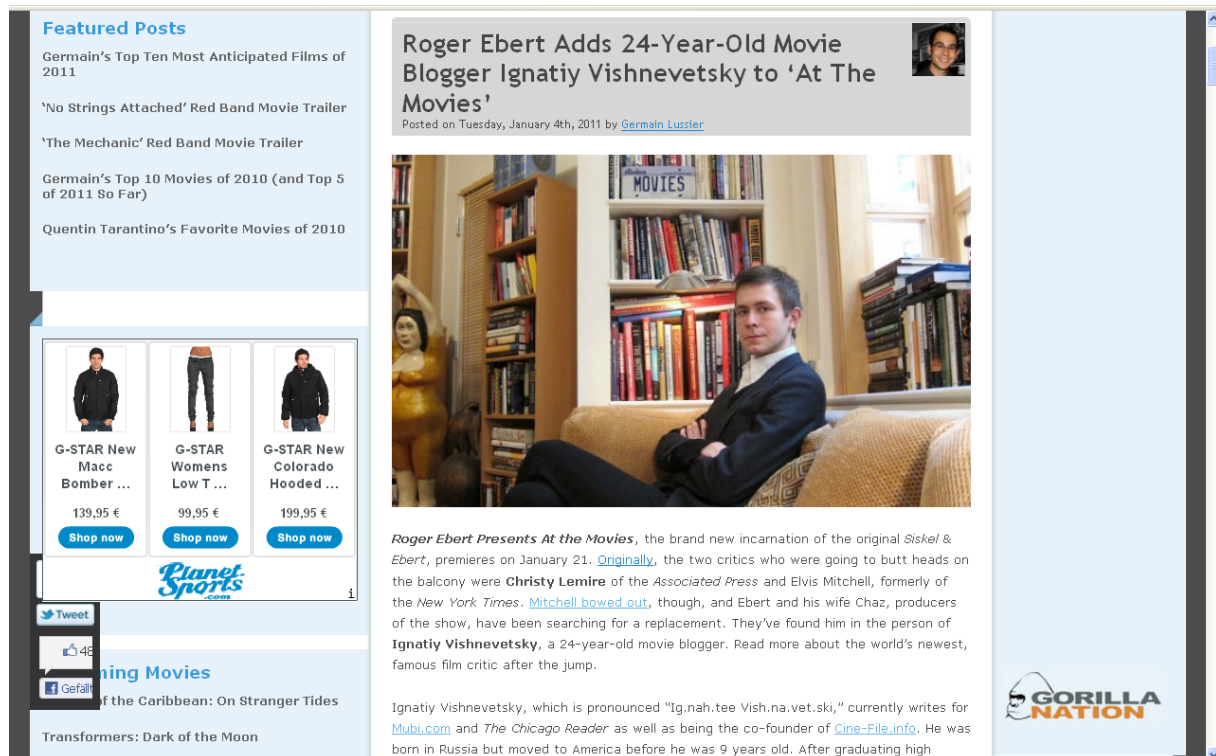


Abbildung 18: Movie Blogger Ignatiy Vishnevetsky

Vishnevetsky schreibt für das von ihm im Jahr 2007 mit-gegründete Filmforum *Cine File* (www.cine-file.info)⁹², welches das gleichnamige Blog inkludiert. Es wurde vom *Chicago Reader* in seiner „Best of Chicago“-Ausgabe zur „Best Web Site for Film Buffs“ ernannt. Zudem schreibt Vishnevetsky für *Mubi* (www.mubi.com)⁹³, einer „online cinémathèque“ oder auch eine „Filmkunst-Online-Videothek“ (Knörer 2009), welche eine große Auswahl an Filmstreams (Großteils kostenpflichtig) aus ihrer Online-Film-Bibliothek anbietet. Der Slogan „Popular doesn’t always mean good“ ist zutreffend für *Mubi*, das seinen Usern neben

⁹¹ Der US-amerikanische Filmkritiker ist der Verfasser des „*Roger Ebert’s Journal*“ für die *Chicago Sun-Times* im gleichnamigen Blog. Er publiziert jährlich ein Buch mit gesammelten Filmkritiken des Vorjahres und erhielt als erster den Pulitzer-Preis der Kategorie Kritik für seine Filmkritiken des Jahres 1974. Sein Twitter-Account wird von über 348.000 Menschen verfolgt (vgl. www.twitter.com/ebertchicago/lists/memberships).

⁹² „CINE-FILE is an independent, non-profit web resource, providing information about film & video screenings, and connecting Chicago cineastes.“ (www.cine-file.info/about.htm)

⁹³ Ursprünglich als *The Viewer* von Efe Cakarel gegründet, 2010 zu *Mubi* umbenannt und verweist auf die Bedeutung: „1. an online movie theater where you watch, discover and discuss auteur cinema; 2. A city in Nigeria.“ (www.mubi.com/about)

Hollywoods „Klassikern“ ebenso Zugang zu jenen Underground Filmproduktionen verschafft, die lediglich auf Film Festivals vorgestellt werden und somit eine kleine Bandbreite an Veröffentlichungen aufweisen. Oftmals ist es für den Zuschauer ohnehin unwichtig, ob er einen Film in Form von physischen Speichern wie DVDs (bzw. Blu-ray-Discs) oder in diesem Fall per Internet-Stream bezieht (vgl. Scholz 2009: 146). Handelt es sich um Filme, die gar nicht auf DVD erhältlich sind, gilt das Online-Streaming-Format als hervorragende Möglichkeit, Independent-Produktionen im Netz zu verbreiten.

“If someone needed to make (..) a precise film, it means that someone, somewhere needs to watch it. More importantly, that someone might be you. Or Martin Scorsese (he happens to be a member too.) You’ll also find Hollywood favorites, from *Annie Hall* to *The Royal Tenenbaums*. At the end of the day, it doesn’t matter where films come from, as long as they come from someone’s mind.” (www.mubi.com/about)

Mubi.com ist Film-Stream-Dienst, soziales Netzwerk⁹⁴ und Blog⁹⁵ in einem:

“We are providing a varied experience: come to watch, come to read, come to discuss, come to discover. We have built a social network platform that spreads interest in and awareness of smaller films to a wider audience; and our platform gives our audiences a wide range of activities that can cater to different levels of interests and involvement in film, and encourage them to expand both.” (Fileri 2009)

Zudem führt *Mubi* auch das Online-Magazin *The Auteurs’ Notebook*, welches sowohl tägliche Kolumnen als auch Filmkritiken und Reviews verschiedenster Film Festivals im Netz publiziert. Die darüber hinaus zugehörige *The Auteurs’ Garage* fungiert als Online-Filmproduktions-Studio und Workshop in einem, dessen Hauptaugenmerk auf der Förderung von Independent (also Studio-unabhängigen) und Newcomer-Filmmachern liegt.

Seit November 2010 steht *Mubi* auch im *Playstation Store* zum Download bereit, sodass PS3-Nutzer die angebotenen Independent-Produktionen, Filmklassiker und internationalen Filmreleases per Stream direkt auf ihrem PS3-System anschauen können (vgl. Fauster 2010).⁹⁶

⁹⁴ Um die Filme aus der *MUBI*-Datenbank streamen zu können, muss ein kostenloser Account durch den Nutzer angelegt werden. Als *MUBI*-Member verfügt man über ein Profil mit Nickpage, Posteingang etc., das man öffentlich- oder privat-einsehbar anlegen kann.

⁹⁵ *The Auteurs’ Daily* von David Hudson, der ebenso das *Green Cine Daily*-Blog geschrieben hat.

⁹⁶ „Quentin Tarantino, die Coen Brüder, Lars Von Trier, Gus Van Sant, Jim Jarmusch, Roman Polanski, Wong Kar-Wai, David Lynch, Ang Lee, Jean-Luc Godard – sie alle sind mit dabei. Ihr könnt sie zum Preis von 3,59 € für sieben Tage ausleihen oder ein 30-Tage-Abonnement für 12,99 € erwerben und so viele Filme schauen, wie ihr könnt. Übrigens werden einige Filme auch kostenlos zur

Im oben genannten *Slashfilm*-Artikel über Ignatiy Vishnevetskys Sprung in die Karriere, heißt es:

“Hearing this news originally left me with one emotion: insane jealousy. Vishnevetsky now has the job every single person who has ever written about films dreams about and it feels like he was just in the right place at the right time. But, once I put my movie geek selfishness aside and actually read Vishnevetsky’s writing, I’ll admit, the guy can write.” (Lussier 2011)

Während Germain Lussier⁹⁷, als Autor von *Slashfilm.com*, sagt „the guy can write“, begibt er sich in eine meinungsbildende Position und stützt sich selbst dadurch, sich auf Roger Ebert zu berufen: “The best thing to do is trust Ebert’s instincts. He is, after all, the current Godfather of film criticism.” (Ebd.) Als Kostprobe für Vishnevetskys filmkritisches Schaffen fügt er die von ihm verfasste Kritik zum Film KURONEKO des Regisseurs Kaneto Shindô hinzu:

“Photographed in inky black-and-white, this ghost story moves (in terms of plot, camera, and performance) with a dance-like deliberateness; actors hold themselves at controlled odd angles, editing builds to drummy rhythms that abruptly disperse with off-rhythm cuts and zooms, tracking shots and Cocteauian double-exposures are all deployed like a dancer’s gestures. Shindô’s use of repetition within the context of so much ghostly imagery--this is, after all, a story about two vengeful female spirits who lure and kill samurai--should give KURONEKO a sense of echoing, but he’s too much of a closet Modernist: the result is more jarring and elliptical than mysterious, making this both a disorienting viewing experience (in a good way) and an abrasive, de-sexualized companion to Shindô’s earlier, better-known and thematically-similar ONIBABA. Like his THE NAKED ISLAND (though admittedly to a lesser degree), this at times seems more like a predecessor to the “slow cinema” wave of the 2000s than a contemporary to other films from the 1960s. (1968, 99 min, 35mm) IV“ (Vishnevetsky 2010)

Die Sprache gilt als elegant; das umfassende Hintergrundwissen, das der Kritiker in seinen Text einfließen lässt, beschreibt Lussier als „deep knowledge of film history and ownership of a very thick thesaurus of adjectives“ (2011). Der junge Filmkritiker Vishnevetsky konnte durch das Bloggen seiner Kritiken die Aufmerksamkeit des Pulitzer-Preisträgers Roger Ebert auf sich lenken, welcher begeistert war „by the depth and detail of his film knowledge, and by how articulate he was“. (Ebd.)

Verfügung stehen – Filme, von denen die Leute bei MUBI denken, dass man sie gesehen haben muss und von denen ihr euren Freunden erzählen solltet.“ (Fauster 2010)

⁹⁷ “About the Author: Germain graduated NYU’s Tisch School of the Arts Cinema Studies program in 2002 and won back to back First Place awards for film criticism from the New York State Associated Press in 2006 and 2007.” (Lussier 2011)

Zu Vishnevetsky selbst bleibt zu erwähnen, dass er sein Filmregie-Studium am Columbia College in Chicago nach nur wenigen Semestern abbrach, um sich intensiv mit dem Medium Film zu beschäftigen, das für ihn „to watch three movies a day and teach himself cinema“ (Zeitchik 2011) bedeutet. Als Online-Filmkritiker für *Mubi*, *Cinefile* und den *Chicago Reader*, ist es ihm möglich, finanziell abgesichert zu sein und davon leben zu können.

“I don’t believe I’ve ever applied for a job in film criticism, including this one (...). At some point I just found myself working as a critic full time. I guess you could [say] I’m pretty much the opposite of a careerist.” (Ebd.)

In seiner Rolle als Co-Host neben Christy Lemire (*The Associated Press*) in der Sendung „Ebert Presents At The Movies“, stellt er sich als „Ignatiy Vishnevetsky – Writer for *Mubi.com*“⁹⁸ vor und lässt keines Wegs durchblicken, dass er als Neuling in diesem Business – zumindest vor der Kamera – auftritt (siehe Abb. 19).



Abbildung 19: Christy Lemire und Ignatiy Vishnevetsky⁹⁹

Eberts Sendung im „Daumen hoch/Daumen runter“-Format gilt als einzigartig in ihrem Bestehen, da sie sich ganz der Filmkritik verschreibt, um sich intensiv mit dem Medium auseinander zu setzen und dennoch nicht alles und jeden behandelten Film hoch zu loben. Ebert dazu: "Can you think of another TV show that deals with the movies as movies instead of as celebrity showcases?" (Heller 2011) Das Führungsprinzip der Sendung lautet also "We

⁹⁸ Vgl. dazu www.youtube.com/watch?v=acuumptAY2M&feature=player_embedded // 17/17/2011.

⁹⁹ "The two principal critics sitting in the show’s trademark movie balcony are Christy Lemire (from The Associated Press) and Ignatiy Vishnevetsky (who writes for mubi.com). They make for an engaging duo, quick and articulate." (Tucker 2011)

don't praise everything" (ebd.). Nach diesem Prinzip gestaltet sich auch der Verlauf der ersten Folge der Show: Rezensiert werden die Filme THE GREEN HORNET (2011) und NO STRINGS ATTACHED (2011), wobei Vishnevetsky beide Filme mit „Thumps-up“ bewertet, was er jedoch mit fundamentalem und ausgefeiltem Hintergrundwissen aus der Kinogeschichte begründet (vgl. Tucker 2011).¹⁰⁰ Genau so unvorhersehbar wie die überaus positive Bewertung des *Mubi.com*-Schreibers verhält es sich mit Lemires „Thumps-down“-Urteil über die behandelten Werke (vgl. Tucker 2011). Zusätzlich zu den Filmen werden auch Contributors, in diesem Fall „first-rate movie-mind and blogger“ (ebd.) Kim Morgan mit ihrer Review zu THE THIRD MAN¹⁰¹, in der Show vorgestellt. Bei Morgans Blog *Sunset Gun* (www.sunsetgun.typepad.com) handelt sich um ein nicht besonders stark besuchtes Blog, was jedoch – wie bereits gezeigt wurde – keine Auskunft über die Qualität ihrer Arbeit gibt.¹⁰² Den Abschluss der Sendung gibt „Roger's Office“, das eine Review von Roger Ebert zum animierten Film MY DOG TULIP vorstellt.¹⁰³ Eberts Show gilt als viel diskutiert in den USA. Im deutschsprachigen Raum gibt es (derzeit) keine vergleichbare Filmkritiker-Sendung, vor allem keine, die den Celebrity-Faktor gänzlich ausschließt.

Direkt hinter dem Blog */Film*, also auf Rang 2 der Top 100 Filmblogs mit einer Film Authority von 932, liegt das bereits erwähnte Blog *Deadline Hollywood* (www.deadline.com), das sich auf Platz 14 aller erfassten Blogs befindet.¹⁰⁴ Interessant ist, dass sich */Film* in den Kategorien *Entertainment* und *Film* an erster Stelle befindet, unter allen Weblogs aber lediglich Platz 25 erreicht. Dies lässt sich dadurch erklären, dass *Deadline.com* zusätzlich einen Platz in der Kategorie *Television* erreicht. Mit einer Television Authority von 1 liegt es auf Platz 299, was ausreicht, um es unter allen Blogs mit der gesamten Technorati Authority von 824 auf einen besseren Rang als das Blog */Film* zu befördern, da dieses lediglich eine Technorati

¹⁰⁰ „Vishnevetsky's opinions were particularly interesting — he's a young critic trying enthusiastically to articulate where even the slightest popcorn movie might fit into cinema history, of which he clearly knows a great deal.“ (Tucker 2011)

¹⁰¹ „Any time a black-and-white movie is given a fresh squint on TV, it's cause for happiness, and Morgan adds a stylishness and acerbic edge to her evaluations that made her segment all the more involving.“ (Tucker 2011)

¹⁰² Rang 599 der Kategorie *Film*; Rang 116 der Kategorie *Entertainment*; Rang 52343 aller erfassten Blogs auf *Technorati* (vgl. www.technorati.com/blogs/www.sunsetgun.typepad.com Stand: 15.02.2011).

¹⁰³ Da Ebert nach mehreren Krebs-Operationen die Fähigkeit zu Sprechen verloren hatte, spricht der Regisseur Werner Herzog als dessen Synchronstimme (vgl. Tucker 2011).

¹⁰⁴ Vgl. www.technorati.com/blogs/www.deadline.com (Stand: 09.02.2011).

Authority von 804 aufweist.¹⁰⁵ Gegründet wurde das Blog im März 2006 von der US-amerikanischen Journalistin Nikki Finke¹⁰⁶, jedoch unter dem Namen *DeadlineHollywoodDaily.com*, als die „24/7 Internet version of Nikki Finke's long-running LA Weekly *Deadline Hollywood* print column.“ (www.deadline.com/about-dhd)



Abbildung 20: Film News auf DeadlineHollywood

Bereits an den einzelnen Rubriken des Weblogs („All News“, „Film News“, „TV News“, „Award News“, „Sundance 2011“) ist zu erkennen, dass es sich inhaltlich um die Berichterstattung von Aktualitäten aus verschiedenen Themenkreisen handelt (siehe Abb. 20). Filmrezensionen und -Kritiken oder kritische Essays werden hier nicht publiziert. Das

¹⁰⁵ Vgl. www.technorati.com/blogs/top100 (Stand: 09.02.2011).

¹⁰⁶ “Journalist Nikki Finke is Editor-in-Chief & Founder of Deadline.com and Deadline/Hollywood, Deadline/New York, Deadline/London and Deadline/TV. She is an internationally known entertainment business reporter. (...) Nikki Finke's journalism career has included years as an AP foreign correspondent in Moscow and London, Newsweek correspondent in Washington D.C. and Los Angeles, and Los Angeles Times staff writer covering entertainment and features. From 1995 through 2000, she was West Coast Editor and Hollywood columnist first for the New York Observer and then for New York Magazine. She joined LA Weekly as its Hollywood columnist in 2002. Her many reporting honors include Entertainment Journalist Of The Year in the National Entertainment Journalism Awards, one of ‘100 Leaders You Can Learn From On Twitter’ in the journalists category, New Media’s ‘Top 10 Entertainment Game Changers’ by The Huffington Post, Time Magazine’s ‘Time 100’ finalists. She has written for The New York Times, The Washington Post, Vanity Fair, and Esquire.” (www.technorati.com/people/nfinke)

Weblog zählt, gemeinsam mit *Mail.com*, *HollywoodLife.com*, *OnCars.com*, *MovieLine.com*, *Fan.com*, *Young Hollywood Awards*, und *Style Awards*, zu der Plattform der *Mail.com Media Corporation* (MMC)¹⁰⁷ und ist dem sog. „Infotainment Business“ (ebd.) verschrieben.

"First, I had to ensure that my DeadlineHollywood.com would continue to be an independent editorial voice – and I would retain complete control over everything reported on the website -- so that its credibility with its readers could remain intact. Second, I needed to make certain that an advanced infrastructure and capable team were in place, to bring the site to the next level. Finally, I wanted to join a major Internet player that was ambitious, up-and-coming, and far-sighted. Jay Penske and MMC gave me all those assurances and more," (www.deadline.com/about-dhd) sagt Finke.

Das Weblog zählt drei weitere, ebenfalls sehr erfahrene Journalisten zum Team,¹⁰⁸ wobei Nikki Finkes Name offenbar aus werbetechnischen Gründen im Vordergrund steht. Unter der Rubrik „News/Opinion Poll“ werden Besucher zur Partizipation in Form eines Votings angeregt und beispielsweise gefragt: „Did the Academy Awards get its nominations right this year?“ während „By The Numbers“ aktuell laufende Filme der US-Kinos nach ihren Produktionskosten auflistet werden (vgl. www.deadline.com/hollywood).

Ein derzeit stark rezipierter Artikel, der innerhalb der Rubrik *Film News* von Nikki Finke und Mike Fleming (Autor des bereits vorgestellten GHOSTBUSTERS -Artikels) publiziert wurde, trägt den Titel „Breaking. Henry Cavill Lands Superman. Macho British Actor to play American Idol“ und behandelt die Entscheidung der Firmen *Warner Bros* und *Legendary Pictures*, unter dem Produzenten Christopher Nolan und Regisseur Zack Snyder den britischen Schauspieler Henry Cavill für die Rolle des Clark Kent/Superman zu besetzen (vgl. Finke/Fleming 2011). Geladen mit jeder Menge Hintergrundinformationen der Produktionsbeteiligten und verwandten Themen, deckt der Artikel komplex miteinander verstrickte Spekulationen und Entscheidungen rund um diese und verwandte Produktionen auf (siehe Abb. 21).

¹⁰⁷ "Mail.com Media Corporation (MMC) is a leading digital media company founded by Jay Penske in 2004. The company owns and operates the Mail.com portal, a global multi-media platform. In addition, MMC owns a unique portfolio of lifestyle brands that provide the web's best original content in categories including entertainment, sports, news, finance, health, shopping, fashion, and automotive." (www.deadline.com/about-dhd)

¹⁰⁸ Mike Fleming, ein Variety Reporter, Autor, Kolumnist und Blogger; Nellie Andreeva, TV Editor des *The Hollywood ReporterOnline* (seit Juni 2004 auch in den Printmedien); Tim Adler, ehemaliger Editor des britischen Magazins *Screen Finance* (vgl. www.deadline.com/about-dhd).

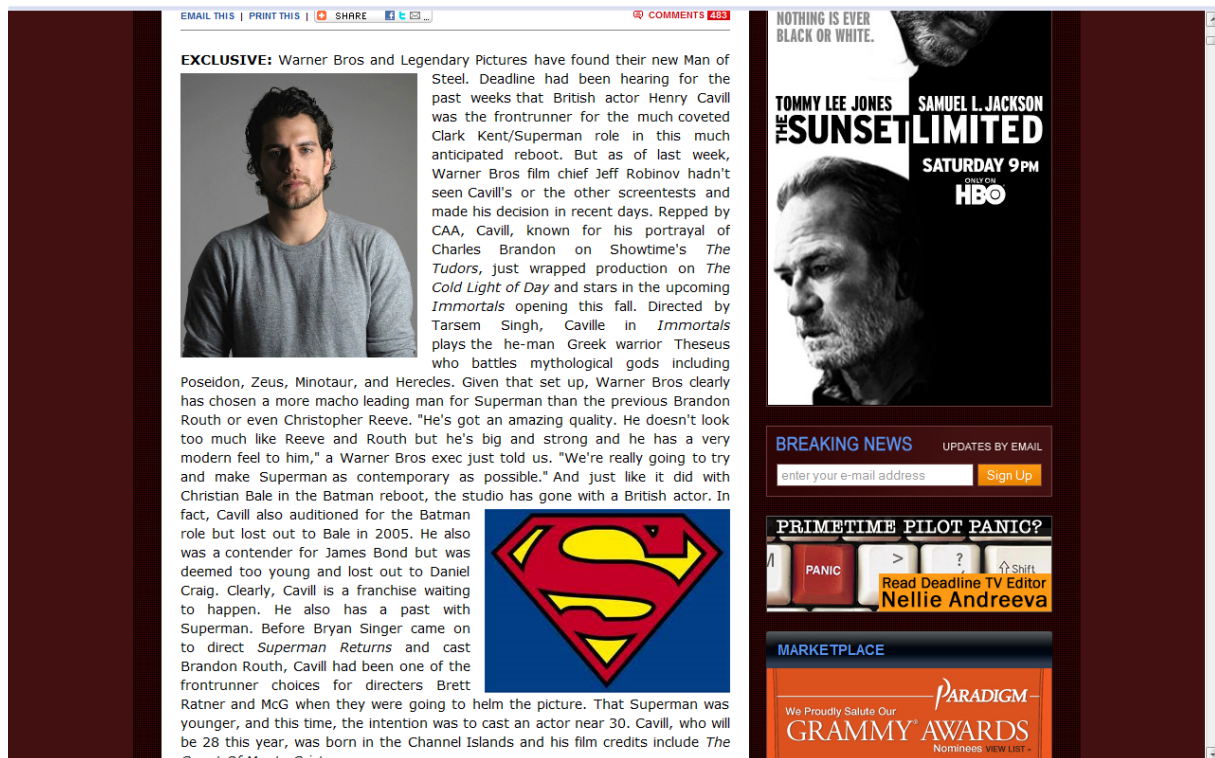


Abbildung 21: Der „Superman-Artikel“ auf DeadlineHollywood

“And just like it did with Christian Bale in the Batman reboot, the studio has gone with a British actor. In fact, Cavill also auditioned for the Batman role but lost out to Bale in 2005. He also was a contender for James Bond but was deemed too young and lost out to Daniel Craig. Clearly, Cavill is a franchise waiting to happen. (...) While the *Batman* films have been populated by established stars Michael Keaton, Val Kilmer, George Clooney, and now Christian Bale, *Superman* has always lent itself to discoveries. Christopher Reeve was a find in the Salkind franchise, as was Brandon Routh in the Bryan Singer-directed *Superman Returns*. (...) Warner Bros, Nolan, and Snyder cast a ‘wide net’ to find the next Man of Steel. Last November, insiders told Deadline that the studio was open to creating a star as it rebooted the *Superman* franchise: specifically, that the actor would either be a discovery or on TV but likely someone who isn't well known yet.” (Ebd.)

Die im Anschluss eröffnete Diskussion um den gebloggtten Artikel umfasst 483 Kommentare (Stand: 10.02.2011) und führt von der Feststellung der Blogger, dass es anscheinend – abgesehen von *Captain America* - keinen amerikanischen Helden gebe, der von einem amerikanischen Schauspieler dargestellt wurde, über die Besprechung, wer die Rolle noch übernehmen hätte können (der Favorit von einigen Bloggern: Tom Welling) und dem fast feindschaftlichen Streit darüber, ob *Superman* überwiegend aus der Feder des Amerikaners Jerry Siegel oder viel mehr aus jener des als Kanadier geborenen Joe Shuster stammt (ein ähnlicher Streit wird anschließend auch zu Flemings „schottischem“ *James Bond* ausgetragen), bis zur These, dass britische Schauspieler in amerikanischen Rollen oftmals

besser sind, um schließlich in einer politischen Debatte zum weltweiten Filmexport zu münden (vgl. ebd.). Auffällig an der Diskussion ist, dass sie sich gar nicht an die Verfasser Finke/Fleming richtet, sondern ausnahmslos von den Bloggern „unter sich“ ausgetragen wird. Es erscheint als üblich, Blogger für ihre Review, Filmkritik o. Ä. in Form eines Kommentars zu loben oder zu verschmähen. Der informierende Beitrag der beiden Reporter, der im Stil eines Zeitungsartikels geschrieben ist und zum Unterhaltungsjournalismus zählt, wird zwar hinsichtlich seines Inhalts diskutiert, jedoch erfolgen keinerlei Äußerungen zur Art und Weise der vorliegenden Berichterstattung. Das Infotainment-Weblog wird also auch als solches rezipiert.

DeadlineHollywood.com wird aus jenem Grund in dieser Arbeit vorgestellt, da es sich dabei um ein Weblog des Unterhaltungsjournalismus handelt, welches als sehr erfolgreich in seinem Feld gilt, von *Technorati* jedoch mit jenen Filmblogs, welche Filmrezensionen offerieren, gleichgestellt wird. Es gibt keine „eigens erstellte Kategorie“ jener Weblogs, die Filmrezensionen, kritische Essays, Filmkritiken o. Ä. publizieren. Die Weblogsuchmaschine *Technorati* fasst alle Weblogs, welche die Thematik Film oder die Filmbranche im Allgemeinen behandeln in der Kategorie *Film* (mit der übergeordneten Kategorie *Entertainment*) zusammen. Obwohl *Slashfilm.com* sowohl Filmkritiken bzw. kritische Essays als auch News-Beiträge publiziert und als Filmkritik-Weblog zu definieren ist, jedoch *Deadline Hollywood* keinerlei filmkritische Abhandlungen veräußert, werden die beiden Blogs auf *Technorati* (und somit allgemein in der Blogosphäre) in ihrer Zugehörigkeit innerhalb der selben Kategorie subsumiert. Im Hinblick auf den Erfolg des Weblogs *Slashfilm.com*, scheint der Großteil der Filminteressierten, Film-Blogger etc. es vorzuziehen, beide Gattungen – Film-News und Filmkritik – vereint in einem Blog vorzufinden.

An dritter Stelle der *Technorati*-Filmblogs (*Film Authority* 830; Rang 247 von allen erfassten Weblogs) steht ein im Jahr 2004 gegründetes Blog, das sich politisch von anderen Filmblogs abgrenzt, indem es explizit erwähnt, an die Leserschaft Englisch-sprechender Hispano-Amerikaner adressiert zu sein.¹⁰⁹

¹⁰⁹ “LatinoReview.com is a Web Site dedicated to bringing Reviews of the latest American Movies to the English speaking Latin-American audience. Our reviewers are young Latinos based in Los Angeles and New York, and offer a fresh perspective of movies from the nations fastest growing Markets. In 2000, the Latino population consisted of 32.8 million residents in the United States, not including Puerto Rico, representing 12% percent of the total U.S. population. The Latino Review Staff consists of ethnicity's within the Latino family. Puerto Rico, Mexico and Colombia. We want to bridge the gap between the misrepresentation that is quite obvious in the Entertainment Industry. Despite having 12% of the United States population, we make up only 2% of all the characters that appear in Television and Movies according to a Report Released by the Hollywood Reporter. It is our goal to

Die Autorenschaft des Hispano-amerikanischen Filmblogs *LatinoReview* (www.latinoreview.com) besteht aus sechs Personen, wobei Kellvin Chavez als Gründer und Autor (mit seinem Sitz in New York) genannt wird (vgl. www.latinoreview.com/about-us). Offensichtlich definiert sich das Motiv des Betreibens der Website auf politischer Ebene:

"Despite having 12% of the United States population, we make up only 2% of all the characters that appear in Television and Movies according to a Report Released by the Hollywood Reporter. (...) *The Hispanic population proved the heaviest movie goers with a per capita viewing of average 9.9 films during the year (2001), representing 15% of admissions.* The Black population saw 7.6 films last year and comprised 11% of admissions, while the White population watched 8.1 films per year and accounted for 68% of admissions." (Ebd.)

Das erklärte Ziel der Autoren dieses Blogs ist es also, "to bridge the gap between the misrepresentation that is quite obvious in the Entertainment Industry." (Ebd.) Der Großteil der Beiträge erfolgt innerhalb der Rubrik „News“, während in der Rubrik „Movie Reviews“ keine tägliche Veröffentlichung von Beiträgen erfolgt (siehe Abb. 22).



Abbildung 22: Startseite von LatinoReview.com

Das Design der Website und des Logos von *LatinoReview.com* stammt von *Face3 - Media, Design & Development* (www.face3media.com), wobei auch das Website Hosting der Firma

help the Latino community bind together and let our voices be spread." (www.latinoreview.com/about-us)

Corporate Pages (www.corporatepages.com)¹¹⁰ angegeben wird. Vorhanden sind wie üblich eine Menge Werbeeinschaltungen sowie ein Link zur *LatinoReview*-Website auf *Twitter* und anderen Rubriken zu den neuesten „Movie Reviews“ und „Interviews“ mit Regisseuren und Schauspielern von aktuellen Filmen, wobei auch hier die Anzahl an Interview-Beiträgen jenen der Reviews weit überlegen ist.

Wie auch bei */Film* werden die Beiträge zu den verschiedensten Themen publiziert, das Führungsprinzip ist aber vielmehr von einem besonderen Sinn für Humor, denn von Professionalität und Qualität geprägt. Der Beitrag zu *HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS PART I* (Henriques 2010b) vermag dies zu zeigen: Neben der Abfolge von subjektiven, negativen, einseitigen Bewertungen zu verschiedensten Aspekten des Films, ist die Rezension auch von sarkastischen Aussagen und Scherzen durchzogen, welche diese vielmehr als Satire erscheinen lassen. Eines von vielen Beispielen an satirischen Äußerungen stellt jener Kommentar zu dem im Beitrag geposteten Sceneshot des Films, welcher die Filmfigur *Lord Voldemort* zeigt, dar: „Thanks to Harry, this poor guy has no nose. Can you blame him for being evil?“ (Ebd.) Offenbar entwickelt eine Film-Review allein einen zu geringen Unterhaltungswert für den Geschmack des Autors Ron Henriques, weshalb er sie um humoristische Aussagen erweitert, die weder einen Bezug zum besprochenen Film noch Parallelen zu anderen Filmen haben. Jede Filmrezension des Blogs wird mit einer Bewertung (Rating A-F) versehen. Im Fall von *HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS PART I* vergibt der Autor die Note „C“. Insgesamt weist die vorliegende sprachliche Formulierung des Beitrags, wie üblich, eine persönliche und spontane Stilisierung auf, jedoch ist die Ausformulierung der Sätze als kurz und einfach zu definieren.

Das 22-Kommentare-schwere Feedback zur *HARRY POTTER*-Rezension zeigt aber, dass die Scherz-Review von ihren Lesern, die größten Teils selbst Blogger sind, erreicht wurde, ob die Kommentare nun positiv oder negativ ausfallen. Als Zustimmung gilt folgender Comment:

“(Vin): ‘couldnt agree with you more. I saw it last night and everything you mentioned in the bad and worse section you hit on the head. This movie was so fucking boring. I was so excited seeing 9 out of 10s, 85% RT and I loved the book. Everytime something bad happened, they escaped to the tent and talked some more and bitched and looked constipated.’” (Ebd.)

Andere wiederum geben einen negativen Kommentar zur Review ab:

¹¹⁰ Auf der Startseite bewirbt *Corporate Pages* seinen Kunden mit dem Slogan: “KEEP IT SIMPLE, order a Domain Name and Web Site Hosting. Web Development for your Corporate or Personal internet presence at an affordable price. Hosting starts at \$7.25/month.” (www.corporatepages.com)

“(inxthexunblind): ‘the things that you didnt like were how they were in the book so how does that make the movie in itself not so great? I’m glad its faithful’” (Ebd.)

“(DRadcliffeNaked=Yum): ‘Just saw the film. Totally disagree with most of what you said. Though some sequences were rushed, it was all and all as concise as they could get it. The 2nd act was slower in its pacing but not at all dull. Did we watch the same film? This is the best installment since Azkaban. Agree with Wayne-Stark, Goblet of Fire was the worst of the series. That animation sequence alone blew me away. Beautiful. Hedwig deserved more than 5 secs of grieving, tho. But mourning has never really been a strong suit for the Potter films. No one ever really winces. They must’ve read the books and known it was coming.’” (Ebd.)

“(marc): ‘This is why I don’t like reading Ron Henriques reviews. El Guapo for life!’” (Ebd.)

Der oben zitierte Kommentar des Bloggers „(marc)“, der den *LatinoReview*-Autor George 'El Guapo' Roush bevorzugt, wird von einem weiteren Blogger angegriffen:

“(devo2021): ‘Shut that hurtful mouth of your piglet! Ron is the man, as is Guapo, but they are very different. I imagine other people like myself enjoy reading Ron’s reviews because he’s not easily impressed. When he gives something a great review it generally is filled with awesome. Now go wash your mouth out, you disgust me. Viva la Ron!’” (Ebd.)

Diese Abfolge von Kommentaren bietet einen Einblick in die Diskussionsbereitschaft der Leser/Blogger des Filmblogs und darüber, „in welchem Ton“ diese miteinander kommunizieren. Im Vergleich zum Beitrag des HARRY POTTER-Reviews verkörpern sie einen noch höheren Grad an Spontanität, da weniger auf Groß/Kleinschreibung geachtet wird und kurzgehaltene Aussagen als „schnell hingeschrieben“ und nicht weiter reflektiert zu bewerten sind.

Bemerkenswert ist, dass es noch eine weitere Review zum Film HARRY POTTER AND THE DEATHLY HALLOWS PART I gibt, welche vom „gewünschten“ Autor George 'El Guapo' Roush, der ein „A-“ vergibt, erstellt wurde. Dieser erklärt, dass ein guter Freund von ihm, der u. a. für das Filmblog *Cinematical* bloggt, ihn mehrfach gebeten habe, ein Review zum genannten Film zu verfassen. Diesem Wunsch folgt der Autor in Form einer kommentierten Bildergeschichte, welche auf humorvolle Weise die Handlung des Films vorstellen soll (vgl. Roush 2010a). Es handelt sich dabei um verschiedene private (Urlaubs-)Fotos des *Cinematical*-Bloggers, die eine Parodie auf den Film darstellen und gänzlich auf das Werk eingehen, was den Zweck einer Filmrezension nicht im Ansatz erfüllt (vgl. ebd.).

Ebenso finden sich auch zwei Ausgaben von Rezensionen zu Christopher Nolans INCEPTION. Eine davon wurde abermals von dem Blogger George 'El Guapo' Roush veröffentlicht, welche folgendermaßen angekündigt wird:

“I present to you the most spoiler free review of INCEPTION you will find on the internet, while still telling you everything you need to know about the movie.” (Roush 2010b)

Die „A+“-Review dazu besteht aus einem einzigen Wort: “Amazing.” (Ebd.) Die Kommentare dazu, es sind 54 an der Zahl, bewerten die Rezension sehr positiv, beispielsweise mit den Worten: „Haha. Cant [sic!] wait“; “another masterpiece by Nolan aye! Cool!”; “LOL great review Guap - thanks for not spoiling anything! Less is more!” (Ebd.) Eine andere, umfangreichere Rezension zu INCEPTION wurde von Ron Henriques geschrieben und beginnt mit den Worten „The Dream is Real and so is this review” (Henriques 2010a) , was sie als Antwort auf Roushs Beitrag charakterisiert. Henriques setzt sich mit dem filmischen Werk hinsichtlich des Plots und der sich darin entwickelnden Charaktere auseinander. Neben der Vergabe des Ratings „A-“, verkündet der Blogger eine Empfehlung zum Format, in welchem der Film seiner Meinung nach gesehen werden sollte:

“INCEPTION is playing in standard 35mm, IMAX and IMAX digital. I would avoid the digital version at all costs since you will not be getting the full resolution of the anamorphic 35 mm and 65 mm Vista Vision elements that Nolan used to construct the film. Standard IMAX will not doubt present much of the richness of the Vista Vision photography, but then you have to compensate for the standard 35 mm scenes which dominate the movie and often look terrible when transferred to IMAX film through their DMR process (THE DARK KNIGHT). It's also not imperative to see this film in either IMAX format like THE DARK KNIGHT, since unlike that film INCEPTION has only one aspect ratio.” (Ebd.)

Insgesamt ist das Filmblog *LatinoReview.com* als Spaß-Blog zu definieren, wobei es genau dieser Humor zu sein scheint, der den Besuchern des Weblogs zusagt. Ob es sich dabei überwiegend um Hispano-Amerikaner handelt, die es ja anzusprechen gilt, ist innerhalb der Kommentare nicht ersichtlich. In Bezug auf den humoristischen Schreibstil ist anzunehmen, dass eine bestimmte Art von Humor innerhalb einer Community – in diesem Fall ist es die Community rund um das Blog *LatinoReview.com* – als „Insider-Humor“, sprich eine in dieser Gemeinschaft verständliche Art zu Scherzen, fungiert. Womöglich wird dadurch der Grad an Bekanntschaft in der Community erhöht und der Sinn für Gemeinschaft und Zugehörigkeit gestärkt.

Es gäbe noch eine nicht zu bewältigende Vielzahl an Filmblogs, die auf *Technorati* verzeichnet sind und hier vorgestellt werden sollten, jedoch verschaffen die bereits

erläuterten Filmblogs, welche aufgrund ihrer starken Frequentierung die ersten drei Ränge weltweit repräsentieren, einen guten Einblick in die differenten Variationen, die in der Film-Blogosphäre zu finden sind.

4.2 Der europäische Anteil der Blogosphäre

Wie anhand Abb. 13 (vgl. Kap. 4) gezeigt wurde, ist der europäische Anteil der Blogosphäre im Vergleich zur Bloggeria Asiens oder den USA sehr gering. Bei jenen europäischen Blogs, die es schaffen, das internationale Interesse auf sich zu lenken, handelt es sich um Einzelfälle.¹¹¹ Aus diesem Grund existiert derzeit auch noch keine täglich aktualisierte „Top European Blog“-Liste o. Ä., was die Mittel und Wege der (Film-)Blog-Recherche erschwert bzw. auf Suchmaschinen reduziert. Als deutschsprachige *Technorati*-Version gilt das *WIKIO* News-Informationsportal (www.wikio.de). Es verfügt u. a. über eine Ranking-Aufstellung, welche monatlich die meistzitierten auf *WIKIO* erfassten Blogs ermittelt (vgl. www.wikio.de/blogs/top).¹¹² Das im Jahr 2006 gegründete *WIKIO*-Portal verfügt über internationale Präsenz, wobei die USA, England, Frankreich, Deutschland, Spanien und Italien dazu zählen, sodass es als „(...) the number one participative news portal in Europe“ (www.blog.wikio.com) gilt.¹¹³ Für jedes Land werden eigene Rankings erstellt.

Auffallend ist, dass das von *WIKIO* erstellte Blog-Ranking der US-Bloggeria nicht mit dem *Technorati*-Blog-Ranking (vgl. Kap. 1.5) gleichzusetzten ist. Dem *WIKIO*-Algorithmus zufolge, befindet sich das Blog *TechCrunch* (www.techcrunch.com) an oberster Stelle, gefolgt von dem Technologie-Blog *BoingBoing* (www.boingboing.net), dem *Political Ticker* (www.politics.net) und dem Gossip-Blog *Gawker* (www.gawker.com). Die *Huffington Post* wird von *WIKIO* nicht erfasst, obwohl das Blog auf *Technorati* als erfolgreichstes weltweit

¹¹¹ Vgl. dazu Kap. 1.3: *Blog di Beppe Grillo* (www.beppegrillo.it).

¹¹² Das Informationsportal *WIKIO* veröffentlicht gesammelte aktuelle Meldungen über Medien und Blogs und erstellt Rankings mittels eines eigens entwickelten Algorithmus: „Die Position eines Blogs im *Wikio*-Ranking hängt von der Anzahl und dem Wert der Links ab, die von anderen Blogs eingehen. Eingehende Links von einem Top-Blog unseres Rankings werden stärker gewichtet als Links eines weniger gut platzierten Blogs. (...) Der Wert der Links nimmt mit der Zeit ab, und wenn ein Blog immer auf ein zweites Blog verlinkt, verlieren diese Links mit der Zeit auch an Wert. Es werden ausschließlich im Resümee des RSS-Feeds enthaltene Links berücksichtigt. Links aus Blogrolls werden beim Ranking nicht berücksichtigt.“ (www.wikio.de/blogs/top/general#) Seit Oktober 2010 werden auch sog. „Retweets“, der Verweis eines Twitteraccounts auf ein Blog, innerhalb des Rankings berücksichtigt (vgl. ebd.).

¹¹³ Die Web Information Company *Alexa* gibt Auskunft über die jeweiligen Ränge der *WIKIO*-Websites: An erster Stelle steht die französische *Wikio.fr* (auf Platz 4.938 im WWW), an zweiter Stelle die italienische *Wikio.it*, gefolgt von der amerikanischen *Wikio.com*, der spanischen *Wikio.es*, der deutschen *Wikio.de* (Platz 11.699 im WWW) und der britischen *Wikio.uk* Website (vgl. www.alexa.com/search?q=WIKIO&r=home_home&p=bigtop Stand: 26.02.2011).

verzeichnet ist. Aus welchem Grund diese Differenz vorliegt, ist nicht offenkundig, jedoch ist anzunehmen, dass der unterschiedlich geschriebene *WIKIO*-Algorithmus dafür verantwortlich ist.

Das von *Wikio Inc.* entwickelte *OverBlog* (www.over-blog.com) versteht sich, wie auch *Wordpress* (www.wordpress.com), als Blogsystem zur kostenlosen Erstellung von Weblogs, allerdings verzichtet es auf Werbebanner und Popups (vgl. www.madeyourweb.com/was-ist-ein-blog/was-ist-overblog.html). Weltweit betreibt *OverBlog* etwa 800.000 Blogs und verzeichnet über 1 Million Besucher täglich¹¹⁴, während die Plattform in Frankreich am populärsten ist.¹¹⁵ Auf den *OverBlog*-Startseiten aller Nationalitäten finden sich täglich aktualisierte Rankings der beliebtesten Blogs, die sich aus allen erfassten Blogs oder je nach Bedarf in verschiedene Kategorien („Medien, Reisen, Tagebuch, TV“ etc.) oder nach Regionen sortiert zusammensetzen (vgl. www.de.over-blog.com/blogs.html).¹¹⁶ Auffallend ist, dass auch hier ein Mangel an Genauigkeit im Bezug auf die kategorische Zuordnung der Blogs auftritt: Die oberen Ränge der Kategorien „Medien“ und „TV“ werden demnach von ein und dem selben selbstnarrativen personal blog *Totally-Sammy* (www.totally-sammy.over-blog.de)¹¹⁷ vertreten (vgl. www.de.over-blog.com/blog-annuaire-1-medien.html und www.de.over-blog.com/blog-annuaire-1-tv.html). Innerhalb einer Spezifizierung des Rankings auf ein Themengebiet, sollten zumindest die oberen Ränge von jenen Blogs vertreten sein, welche in Bezug auf ihren Inhalt mit der jeweiligen Ranking-Kategorie übereinstimmen.

Neben den Rankings solcher Blogverwaltungs-Plattformen gibt es häufig Online-Votings, Wettbewerbe und Umfragen zur Ermittlung der „besten Blogs“, während sich jene Votings meist auf bestimmte Länder, Sprachen und/oder Genres spezifizieren. Im Zuge

¹¹⁴ Vgl. www.de.over-blog.com/offres-blog/informations-presse.html (Stand: 15.04.2011).

¹¹⁵ *OverBlog* befindet sich laut *Alexa* auf dem globalen Traffic Rank 387, in Frankreich befindet es sich auf Rang 17 (vgl. www.alexa.com/siteinfo/over-blog.com).

¹¹⁶ „Der Blog Rank ist ein Index zur statistischen Auswertung eines Blogs zum Vergleich mit anderen Blogs.“ (www.de.over-blog.com/offres-blog/informations-presse.html) *OverBlog*-User können ihr eigenes Blog-Ranking täglich in ihrer persönlichen Blogverwaltung einsehen und es „ermöglicht eine Klassifizierung nach 3 Grundkriterien: Aktivität des Bloggers (Regelmäßigkeit der Aktualisierung des Blogs...) Daten zu den Besuchern (Anzahl der einmaligen Besucher, der besuchten Seiten, der wiederholten Besuche, die Dauer der im Blog verbrachten Zeit...) Reaktionen der Besucher (Kommentare, externe Links...)“ (Ebd.)

¹¹⁷ In der Kurzbeschreibung des Blogs wird es folgendermaßen vorgestellt: „Mein Name ist Samantha, ich bin 16 Jahre alt und zeige Euch Einblicke in mein Leben. Hier dreht sich alles um das Leben, Schminke, Klamotten, Musik, TV und Co. :)“ (www.totally-sammy.over-blog.de)

dessen werden beispielsweise „Blog-Awards“¹¹⁸ und „The Deutsche Welle International Blog Awards - The BOBs“¹¹⁹ vergeben. Auf diese Weise ist es auch möglich, Qualitäts-Blogs ausfindig zu machen, die in der Fülle der Eintragungen im Weblog-Verzeichnis von *Technorati* untergehen. Jene Votings bewerten vor allem den Inhalt von Weblogs und werden für ihr Gesamtkunstwerk gekürt. Die Community fungiert dabei als Jury: Blogger, Kommentatoren, die allgemeine Online-Leserschaft – jeder von ihnen kann seine Stimme abgeben und seinen persönlichen Favoriten wählen.

4.3 Die österreichische Bloggeria

Legt man den Blog-Fokus nicht nur auf deutschsprachige sondern länderspezifisch auf österreichische Blogs (d. h. in Österreich lokalisierte Weblogs), gibt es neben einer Anzahl von selbstnarrativen Blogs mit einem geringen Verbreitungs- und Frequentierungsgrad, überwiegend journalistische Blogs namenhafter österreichischer Zeitungen und Magazinen sowie Werbe- und Veranstaltungsblogs in „Klein Bloggersdorf“¹²⁰ zu entdecken. Die einflussreichsten Blogs, die Österreich im Jahr 2007 zu bieten hat, bewegen sich international gesehen irgendwo innerhalb der ersten 100.000 Weblogs auf *Technorati* (siehe Abb. 23).

¹¹⁸ Vgl. dazu *The Weblog Awards* (www.weblogawards.org) in den Jahren 2000-2008: Im Jahr 2008 wurde das tschechische Blog in englischer Sprache mit dem Titel *The Reference Frame* (www.motls.blogspot.com) zum „Best European Blog (Non UK)“ gekürt (vgl. www.2008.weblogawards.org). Im Jahr 2009/10 fanden die Awards nicht statt: „It is with a great deal of regret that I must inform everyone that The 2009 Weblog Awards are canceled. Unfortunately the resources required to handle the load of voting (nearly 1,000,000 votes in 2008) could not be adequately provisioned.“ (www.2009.weblogawards.org)

¹¹⁹ „The Deutsche Welle International Blog Awards - The BOBs - honors websites in 11 languages that champion the open exchange of ideas and freedom of expression. Blog were just beginning to establish themselves as a new type of media and the BOBs aimed to show that this new form of communication was worthy of being taken seriously.“ (thebobs.dw-world.de/en/2011/02/19/about-the-bobs) Hier wurde u. a. innerhalb des sprachenkategorischen Votings das deutsche Nachrichten-Blog *Der Postillon* (www.der-postillon.com) zum besten deutschsprachigen Blog gekürt (vgl. www.thebobs.dw-world.de/en/2011/02/19/winners-2009-10).

¹²⁰ Der Begriff ist selbsterklärend: „Wie der Name schon sagt, ist Kleinbloggersdorf ein Ort überschaubarer Größe mit den sozialen Strukturen einer Kleinstadt.“ (Bartel 2008: 20). Es handelt sich somit um eine selbstironische Bezeichnung für den kleinen Anteil, den deutschsprachige Blogs in der gesamten Blogosphäre ausmachen.

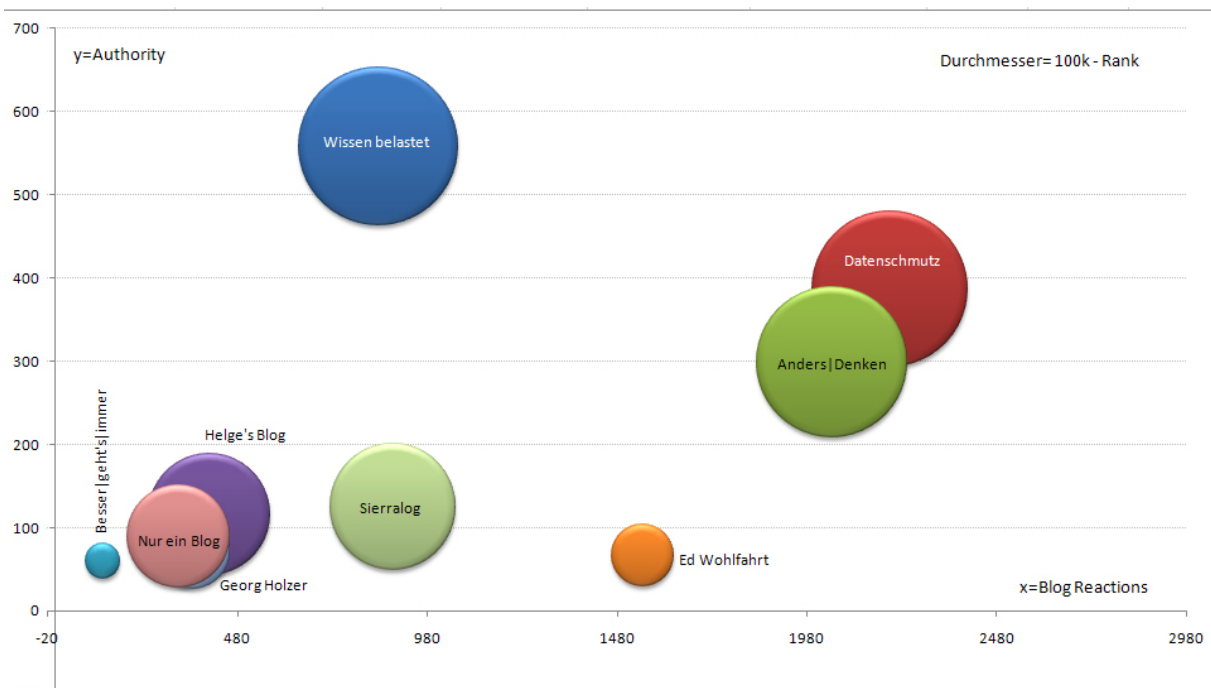


Abbildung 23: Blogger im Vergleich¹²¹

Wichtiger erscheinen jedoch die Diskussionen, Aufrufe, Anregungen und Initiativen zum „Aufbau einer österreichischen Bloggerszene“, die immer mehr Verbreitung im Internet finden. Beispielsweise das Blog *Neon/Wilderness* (www.just4ikarus.wordpress.com) ruft mit „Österreichs Blogs. [Ein Projekt]“ die österreichische Community dazu auf, eine „Datenbank“ von Weblogs zu erstellen, welche nicht von Österreichern stammen müssen, jedoch in Österreich lokalisiert sind. Bisher verzeichnet diese Datenbank über 160 manuell eingetragene Weblogs, welche neben der URL auch durch den Namen ihres Autors/ihrer Autoren und einer kurzen Inhaltsbeschreibung vorgestellt werden.¹²²

Ähnlich, jedoch in einer anderen Größenordnung, verhält es sich mit dem im Jahr 2007 gestarteten Projekt *BLÖGGER* (www.bloegger.at), welches österreichische „Blogger

¹²¹ Diese Grafik wurde von Hannes Offenbacher erstellt und betrifft die Auswahl folgender Blogs: *Wissen belastet* (www.wissenbelastet.com), *Datenschutz* (www.blog.datenschutz.net), *Anders|denken* (www.hannestreichl.com), *Helge's Blog* (www.helge.at), *Ed Wohlfahrt* (www.edwohlfahrt.blogs.com), *Georg Holzer* (www.georgholzer.at/blog), *Nur ein Blog* (www.roberlender.info/blog), *Sierralog* (www.sierralog.com) und Offenbachers eigenes Blog *Bessergehtsimmer* (www.bessergehtsimmer.com).

¹²² Vgl. „Österreichs Blogs : Übersicht“ unter www.spreadsheets.google.com/pub?key=0ArBFxFssOMONdF9BZjdqUHBadkNtUEZNV3hWZmwxSxc&hl=en&output=html (Stand: 25.02.2011).

vor die Linse“ holt und einzelne Portraits zum deren Personen und den Weblogs erstellt (siehe Abb. 24).¹²³

„Seit dem Aufkommen von Blogs hat sich viel bewegt. Immer mehr Menschen aus nicht Web- und IT Branchen, entdecken das Potenzial eines eigenen Blogs im Netz. Doch das Auffinden der Neo-Blogger in Österreich ist schwierig, automatische Blogverzeichnisse helfen dabei wenig. BLÖGGER will nun die österreichische Bloglandschaft qualitativ aufarbeiten und präsentieren.“ (Offenbacher 2009)



Abbildung 24: Blögger – Österreichs Blogs im Portrait

Eine dicht-vernetzte, florierende und sich ständig erweiternde österreichische Bloggerszene gibt es also *noch* nicht, aber es existiert der Wunsch nach mehr Entwicklung, der Wunsch nach mehr Verbreitung, der Wunsch nach mehr Austausch – die ideale Basis für eine bloggende Community. Hier geht es freilich nicht darum, sich von anderen Communities abzugrenzen, sondern vielmehr darum, die breite (österreichische) Öffentlichkeit auf Blogs aufmerksam zu machen, die positiven Aspekte des Blogmediums zu verkünden, um davon letztendlich profitieren zu können.

¹²³ „Die Blögger Initiative ist ein Projekt der *Mehrblick OG* und wurde 2007 von Hannes Offenbacher gestartet. Steckenpferd der Initiative ist die Wiener Eventserie *Blogtail*, welche seit dem Start 2007 von rund 400 Gästen besucht wurde. Ab 2010 startet die Initiative eine breit angelegte, qualitative Vorstellung österreichischer Blogger und arbeitet an einem ‚Yearbook of Blogging‘.“ (www.bloegger.at/ueber)

„[Um] Branchenkollegen, helle Köpfe und kritische Geister, Vor- und Neudenker“ (Offenbacher 2010b) zu vernetzen, „die (..) Beiträge lesen und (..) ein Feedback geben, Standpunkte und Ideen aufgreifen und weiterspinnen. Den Horizont erweitern. Neue Perspektiven erlangen. Gemeinsam weiter kommen, das wollen wir.“ (Ebd.)

Offenbacher hofft auf eine „Renaissance der Blogs – noch heuer“ (ebd.) und ruft zur „Wiederbelebung der Link Kultur“ (ebd.) auf, denn „Verlinkungen sind essenziell für unseren Weg zur Wissensgesellschaft und die Basis einer gesunden Blogosphäre.“ (Ebd.)

„Wir leben in einer Zeit, in der Aufmerksamkeit als Währung dient und Links ein wertvolles Gut sind. In der Blogosphäre übernehmen sie die Rolle eines Verkehrsnetzwerkes, das Leser zu weiteren Informationen und Wissen hilft indem es Verbindungen zwischen den Beiträgen erzeugt. (...)“ (Offenbacher 2010a)

Soviel also zur Entwicklung der österreichischen Weblogszene. Die Rolle, welche das Medium Filmblog in dieser länderspezifischen Szene verkörpert, ist verschwindend gering und schwierig zu eruieren. Als Beispiel für ein organisiertes Mehrpersonen-Filmblog gilt das Blog des *DREISTIL Filmvereins* (www.dreistil.at). Der im Jahr 2006 gegründete Filmverein ist seit 2009 nicht nur als filmproduzierende Institution tätig, sondern betreibt nun, gemeinsam mit *Der dreiste kleine Kinomo* (www.kinomo.at), das inhaltlich unabhängige österreichische Filmblog mit Hauptsitz in Graz, weshalb auch intensiv vom jährlichen Grazer Filmfestival, der „Diagonale“, berichtet wird.



Abbildung 25: DREISTIL

Die Namensgebung verweist auf die drei Themenschwerpunkte Video, Web, Grafik und auf die drei gewählten Genres Dokumentar-, Fiktional- und Experimentalfilm sowie auf einen leichtsinnigen, frischen Schreibstil der *Dreistigkeit* (vgl. www.dreistil.at/cms/1/11068). Das aus zehn aktiven Mitgliedern bestehende Team schreibt Filmkritiken, Reviews, Previews, Glossen etc. und versucht „einerseits die Präsenz des österreichischen Films zu verstärken, gleichzeitig aber auch als Orientierungshilfe im Überangebot der internationalen Filmszene zu dienen.“ (www.dreistil.at/cms/1/11068)

Ein weiteres österreichisches Filmblog, das ebenfalls von einer mehrköpfigen freien Redaktion bearbeitet wird ist *allesfilm.com – all about film* (www.allesfilm.com). Es handelt sich um ein „unabhängiges Online-Medium dessen Hauptaugenmerk auf dem Thema Film in allen seinen Variationen liegt.“ (www.allesfilm.com/impressum.php). Es soll anhand wöchentlicher Reviews „der wichtigsten Filme online“, Filmkritiken, Magazinbeiträge, Kolumnen „umfassende, unterhaltsame und fundierte Auseinandersetzung mit der Kunst- und Unterhaltungsform Film“ stattfinden, wobei betont wird, dass die redaktionellen Beiträge von *allesfilm.com* „die Meinung des jeweiligen Redakteurs wider[geben]“ und „keinen Anspruch auf Objektivität“ erheben (vgl. ebd.). Der in etlichen Blogs besprochene Film *INCEPTION* (2010) wird hier aber lediglich im Hinblick auf den österreichischen Kinostart, ganz ohne Review oder Kritik, vorgestellt. Das Hauptaugenmerk des Blogs liegt ebenfalls auf der „Diagonale 2011“ (Stand: 27.04.2011), während die Beiträge zu ausgewählten Filmen des Grazer Filmfestivals ebenfalls sehr knapp ausfallen (vgl. www.allesfilm.com/show_ausgabe.php)

Im Zuge einer zielgerichteten Suche nach zugehörigen Blogs zu österreichischen Filmmagazinen, findet sich als Ergänzung zur Printausgabe des „ray Filmmagazins“¹²⁴ das *rayblog* (www.ray-magazin.at/blog), wobei der letzte darin veröffentlichte Artikel „Lobende Erwähnung“ (www.ray-magazin.at/blog/?p=478) zur Viennale vom 11. November 2010 stammt und unüblicherweise anonym veröffentlicht wurde (vgl. ebd. Stand: 27.04.2011). Mit ausgefeilten, umfassenden Artikeln über die Filmwelt präsentiert sich das vielversprechende Blog zum bereits erwähnten Magazin „Cargo – Film/Medien/Kultur“ (www.cargo-film.de/blog). Das „Celluloid-Filmmagazin“ verfügt zwar (aus werbetechnischen Gründen) über eine Webseite, jedoch über kein Blog. Gleichermäßen sieht es mit dem Kinomagazin „Skip“ aus.

¹²⁴ „ray ist Österreichs einziges Qualitätsmagazin für Film, Kino und filmbezogene Medien (DVD, Blu-ray, Soundtracks, Filmbücher). Hier finden Sie unsere Mediadaten inklusive aller Angaben zu Formaten, Erscheinungsterminen und Druckunterlagenschlüssen, für das monatlich erscheinende ray-Heft und für alle ray-Sonderpublikationen des Jahres 2011, sowie die Ergebnisse der offiziellen CAWI-Print 2008-Studie von GfK.“ (www.ray-magazin.at/2011/0411/media.htm)

Es gibt sie also: österreichische Filmblogs – jedoch im kleinen Stil, mit geringer Frequentierung und Konzepten die erweiterungsbedürftig sind.

4.4 Zusammenfassung und Ausblick

Partizipation, Austausch, Inszenierung des Selbst, Kommunikation, Vermarktung, Vernetzung – so lauten einige der zugehörigen Begriffe zur Verschlagwortung, unter welcher man Weblogs kategorisiert. Durch ihre Verbreitung im Netz forcieren sie das Potenzial und den Drang der User, den eigenen Emotionen, Gedanken, Ideen und Wünschen Ausdruck zu verleihen. Dabei handelt es sich um ein Potenzial, das a priori vorhanden ist: Immer schon folgten Menschen ihrem Willen, sich ihrer gegenwärtigen Öffentlichkeit mitzuteilen, sei es in Print-Medien, im Radio, im Fernsehen, etc. Da nun die Möglichkeiten der Verbreitung von Informationen aufgrund von technischen Innovationen um ein Vielfaches erweitert worden sind, wird ein bislang ungestillter Drang genährt und der Trend des „öffentlichen Ichs“ populärer. Wer sich mitteilen möchte, hat etliche Möglichkeiten dazu; Wer sich bisher nicht im Stande gefühlt oder sich nicht getraut hat, seiner eigenen Meinung Gehör zu verschaffen, wird nun von der Strömung des öffentlichen Trends mitgezogen. Dieses Phänomen lässt sich nicht nur im Hinblick auf jene Personen, die sich in der medialen Öffentlichkeit befinden und zusätzlich in irgendeiner Form im Internet vertreten sind, beobachten. Stars, Politiker, Autoren, jegliche Art von Künstlern z.B. aus der Musikwelt, etc.: Sie alle verfügen über eine *Second Life*-Existenz im Netz, d.h. eine im Internet vertretene Identität, die sich mit anderen Online-Identitäten austauscht oder sich ihnen mitteilt, um im Mittelpunkt des öffentlichen Dialogs zu existieren.

Das Aufkommen des Öffentlichkeits-Trends, der sich immer stärker in die Gesellschaft zu integrieren scheint, sodass jegliche Form von „Internet-Abstinenz“ mittlerweile als Gegenbewegung zum „Mainstream der Netuser“ ausgelegt wird, bewerkstelligt wechselwirkend die Etablierung der Filmkritik im Internet. In Bezug auf die genannten Befürworter der Filmblogs wie beispielsweise Bordwell, Hochhäusler, Knörer, etc. gilt das Medium als Wegbereiter für eine neue Ära der Filmkritik, denn die Freiheit, die den Schreibenden im Internet geboten wird, mindert die Qualität der Texte nicht zwangsweise. Den „Leser als Quote, de[n] Leser als ‚Auflage‘, de[n] Leser mit seinem ‚Bedürfnis‘“ (Pantenburg 2009) gilt es nicht mehr in erster Linie anzusprechen, was laut Volker Pantenburg in den Texten der „Amateur-Autoren“ deutlich zum Ausdruck kommt. Pantenburg über die Webseite *new filmkritik*:

„Das Bedürfnis, das aus den Texten sprach, war das jeweils eigene, und nicht das einer eingebildeten Leserschaft. Dass es nichts zu verkaufen und nichts zu verdienen

gab, half diesen anderen Wünschen und Tonfällen zu einer Ausdrucksform. Nicht im Sinne einer Heroisierung des Unbezahlten, sondern als eine bestimmte Art von Freiheit im Ausdruck.“ (Ebd.)

Den Wert dieser neugewonnenen Freiheit honoriert Ekkehard Knörer ebenso, während er hinzufügt, dass das Schreiben ohne Relevanzdruck, ohne Anlass zur Kritik sowie ohne Adressierung an eine bestimmte Leserschaft positive Auswirkungen auf die Kritiken selbst nach sich zieht (vgl. Kap. 2.3). Zusammengefasst lassen diese Aussagen erkennen, was – mit den Worten Knörers – „das Netz über das vom Zeitungs- und Magazinjournalismus hinaus Mögliche bietet.“ (Knörer 2008a)

David Bordwell erkennt im Zusammenhang mit der Etablierung des Blog-Mediums und des Schreibens von Filmkritiken im Internet eine positive Entwicklung für die Gattung Filmkritik selbst, welche ohne das Internet nicht dermaßen viel Resonanz und öffentliches Interesse hätte erlangen können (vgl. Kap. 2.4). Christoph Hochhäusler vermerkt, wie Pantenburg und Knörer auch, einen positiven Einfluss der Blogs auf das Schaffen der Kritiker im Internet, da der persönliche Druck, dem ein Kritiker ausgesetzt sein kann, durch die freie Natur des Blogmediums wegfällt. Dies bedeutet: Keine vorgegebenen Deadlines, kein Redaktionsschluss und keine einschränkende Zeichenbegrenzung (vgl. Kap. 2.2). Georg Seeßlen definiert die Filmkritik selbst immer auch als etwas Neues, das dem Film hinzugefügt wird und einen subjektiven Beitrag leistet (vgl. Kap. 3.3). Daher befände sich das Niveau der Filmkritik „nicht in einer theoretischen Abgehobenheit, sondern in der Fülle der Beziehungen und Assoziationen, die sie anbietet. Die Rolle des Filmkritikers ist die eines diskursiven Scouts, der immer neue Türen findet, die es sich zu öffnen lohnt.“ (NEGATIV 2011) Insofern erfüllen die Autoren filmkritischer Blogs genau diese Aufgabe, unter der Voraussetzung, dass tatsächlich eine Fülle von Beziehungen und Assoziationen geschaffen werden, die sprachliche Korrektheit dadurch aber nicht vernachlässigt wird (vgl. Kap. 2.4). Für die Entwicklung der Gattung Filmkritik im Web 2.0 erkennt Seeßlen jedoch andererseits, dass „die anfängliche Hoffnung auf die Öffnungen und Bereicherungen des Diskurses ins Gegenteil“ (NEGATIV 2011) umschlägt:

„Aus dem großen Versprechen einer kritischen Konvergenz – jeder und jede kann sich an einem Diskurs beteiligen, der ja in der Tat „uns alle angeht“ – ist eine große Fragmentierungsmaschine geworden: Statt im Informationsmeer ein erfrischendes Bad zu nehmen, sind die meisten nun wieder auf der verzweifelten Suche nach rettenden Inseln.“ (Ebd.)

Nach Seeßlen seien innerhalb der immer größer werdenden Mengen an Informationsmüll im Internet letztendlich wieder „begrenzte, identifizierbare und in bestimmter Weise verlässliche Seiten die Attraktoren, deren Betreiber und Autoren eine Basis des Vertrauens für die

Benutzer errichtet haben.“ (Ebd.) Am Ende seien die ‚sicheren‘, verlässlichen Websites „wieder eher konservativ, im Grunde also nichts anderes als traditionelle Filmzeitschriften in elektronischer Form.“ (Ebd.)

Im Hinblick auf die Organisation der Filmblogs gibt es also einiges zu bemängeln. Obwohl sich das Blogmedium noch mitten in seiner Entwicklung d. h. in seiner Verbreitung befindet, ist die Ausdifferenzierung beispielsweise zwischen Filmkritiker-Blogs, „News on Film“-Blogs und akademischen Filmblogs bereits unmöglich geworden. Gezielte Suchunternehmungen nach relevanten Blogs sind so wenig zielführend, wie die Suche nach Qualitätsurteilen für (Film-)Blogs aus sicheren, vertrauenswürdigen Quellen. Gäbe es eine solche Ausdifferenzierung und Gliederung, wären die unüberschaubaren Mengen, die im Netz von Jedermann publiziert werden, leichter zu konsumieren. Bisher tritt lediglich jenes Material in den Mittelpunkt des Interesses, das sich durch eine starke Frequentierung (aufgrund von geschickter Vermarktung o. Ä.) und somit hohen Besucherzahlen mit dem Prädikat „sehenswert“ auszeichnet. Wichtig erscheint in diesem Zusammenhang David Bordwells Hinweis auf die Unterscheidung zwischen „print-based paid reviewing“ (2010), Filmkritik im Unterhaltungs-Journalismus und Filmkritik im Kunst-Journalismus. In ihrer publizistischen Funktion und somit als informierende Instanz, umfasst die Filmkritik andere inhaltliche Kriterien und Schaffensweisen. Da sich in der Blogosphäre alle verschiedenen Abhandlungen filmkritischer Natur (Reviews, Essays, etc.) in ungeordneter Form finden, gilt die Zuordnung eines vorliegenden Artikels in seine zugehörige Kategorie von Filmkritiken allenfalls als Voraussetzung, um ihn letzten Endes auch auf seine Qualität hin überprüfen zu können.

In Bezug auf die geografische Verbreitung der (Film-)Blogs ist festzustellen, dass die übermäßige Ansiedelung des Blogmediums im US-amerikanischen Raum in erster Linie dafür verantwortlich ist, dass sich die Filmfabrik Hollywood im Mittelpunkt des breiten Interesses innerhalb der Filmblogs im WWW befindet. Dieser Zustand kann sich jedoch im Zuge der Verbreitung und stärkeren Etablierung der Blogs in anderen Ländern verändern und bewirken, dass neue Inhalte den Interessensschwerpunkt bilden.

Dass versucht wird, Bloggen als Verderbung der Schreibkultur darzustellen, lässt sich hauptsächlich als Überreaktion auf den Umschwung eines „etablierten Systems des Journalismus“ für Filmkritik in eine neue, offene und unkontrollierbare Form des öffentlichen Schreibens erklären. Die *Technorati*-Umfrage „State of the Blogosphere“ ermittelt für die Mehrheit der Blogger einen Hochschulabschluss, was zeigt, dass die negativ behaftete Bezeichnung des „Amateur-Kritikers“ nicht auf den Großteil der Bloggeria zutrifft (vgl. Kap. 1.5). Wenn immer mehr Menschen beginnen, sich einander mitzuteilen, ihre Sprach- und

Schreibpraxis zu trainieren, ihre Kreativität zu erweitern, sich auszutauschen, fortzubilden, sich selbst zu verwirklichen, Erfahrungen zu sammeln usw., kann nicht bloß von der „Verderbung der Schreibkultur“ die Rede sein.

Georg Seeßlen vermerkt als weitere Veränderung, die Online-Kritiken geleistet haben, den starken Umschwung der politischen Ökonomie der Filmkritik, welcher aus der „Entprofessionalisierung, die zunächst einen Zuwachs an Demokratie, Offenheit und kollektivem Wissen ver[spricht] (und etliches davon wollen wir auch gar nicht mehr missen),“ entstand und nun den „Beruf des (freien) Filmkritikers (..) weitgehend ab[schafft]“. (NEGATIV 2011) Gleichzeitig weist er aber auch darauf hin, dass das Internet „eine wunderbare Schule für junge Leute darstellt, die sich auf eine Laufbahn des kritischen Schreibens über Bewegtbilder (so nämlich wird das Berufsbild der Zukunft wohl aussehen) vorbereiten“ (ebd.). Vor allem sei es auch ein „wunderbares Medium für das filmkritische ‚Gedächtnis‘“ (ebd.).

Bordwells Überlegung zur Wiederbelebung der Filmkritik durch das Blogmedium (vgl. Kap. 2.4) bewahrheitet sich insofern, als dass eine derart starke Resonanz und Partizipation an filmkritischen Diskussionen vor der Ära des Web 2.0 nicht möglich gewesen wäre. Somit kann das Medium Blog als Wiederbelebung der Filmkritik verstanden werden und wird in den kommenden Jahren sicherlich für weitere zahlreiche Debatten sorgen. Es wird sich vor allem entscheiden, wie die traditionelle Filmkritik der Print-Medien neben der (meist) kostenlosen Online-Filmkritik bestehen kann. Nach Seeßlen könne sich die Filmkritik im Internet am Ende nur im Zusammenhang mit einer Kritik des Internets entfalten, denn

„(...) sie öffnet (..) nicht nur die Tür zwischen elitär-professionell und amateurial-kollektiv sondern auch die zwischen der speziellen Film- und der allgemeinen Medientheorie. Beides ist weder gut noch schlecht; es ist eine Tatsache, der sich am Ende niemand entziehen kann.“ (NEGATIV 2011)

Insgesamt sollte von der optimistischen Vorsehung Ignatiy Vishnevetskys ausgegangen werden, nach welcher Filmkritik überleben wird, auch wenn niemand für sie bezahlt (vgl. Kap. 2.4). Durch das Internet, durch Blogs und durch (Online-)Debatten ist die Thematik der Filmkritik in aller Munde. Die Blogger schaffen kontinuierlich neue Möglichkeiten zur Erkundung und Entdeckung ihrer Publikationen und dem damit einhergehenden Austausch der Community untereinander.

5. Quellenverzeichnis

5.1 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: „Blogger Segments“: Sobel, Jon (2010b), „State of the Blogosphere 2010 Introduction. Page 2“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogg/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/page-2 // 3/11/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 2: Ausschnitt 1 der Grafik „State of Blogosphere“: Branckaute, Franky (2010), „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 3: Ausschnitt 2 der Grafik „State of Blogosphere“: Branckaute, Franky (2010), „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 4: Wer sind die Blogger?: Sussman, Matt (2009), „Who are the Bloggers? SOTB 2009“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogg/article/day-1-who-are-the-bloggers1 // 19/10/2009, letzter Zugriff am 27.03.2011.

Abbildung 5: Ausbildungsgrad der Blogger: Sussman, Matt (2009), „Who are the Bloggers? SOTB 2009“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogg/article/day-1-who-are-the-bloggers1 // 19/10/2009, letzter Zugriff am 27.03.2011.

Abbildung 6: Ausschnitt 3 der Grafik „State of Blogosphere“: Branckaute, Franky (2010), „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 7: Worüber Blogger schreiben: The Nielsen Company (2011), „Real-time view of the most popular topics that bloggers are writing about“, in: *BlogPulse Live*, www.blogpulse.com/bplive_full.html#live // 24/2/2011, letzter Zugriff am 24.02.2011.

Abbildung 8: David Bordwell's Filmblog: Bordwell, David (2011), *Observations On Film Art*, www.davidbordwell.net/blog, Screenshot vom 17.01.2011.

Abbildung 9: Das ICQ-Chat-Forum als Beispiel für eine „öffentlich“ einsehbare Unterhaltung: *ICQ.com* (2011), www.chat.icq.com/icqchat/chatroom.php?c_id=1211, Screenshot vom 17.01.2011.

Abbildung 10: Millers Personal Blog: Miller, Pace J. (2011), *About Writing – The Personal Blog of Pace J Miller*, www.pacejmiller.wordpress.com, Screenshot vom 14.01.2011.

Abbildung 11: Wyatts *The Film Zealot*: Wyatt, Andy (2011), *The Film Zealot*, www.andywyatt.tumblr.com, Screenshot vom 16.01.2011.

Abbildung 12: GreenCine.com: *GreenCine* (2011), www.greencine.com/main, Screenshot vom 17.01.2011.

Abbildung 13: Ausschnitt 4 der Grafik „State of Blogosphere“: Branckaute, Franky (2010), „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 14: 2006 - Posts by Language: Sifry, David (2006b), „State of the Blogosphere, October 2006“, in: *Sifry's Alerts*, www.sifry.com/alerts/archives/000443.html // 6/11/2006, letzter Zugriff am 24.02.2011.

Abbildung 15: Ausschnitt 5 der Grafik „State of Blogosphere“: Brankaute, Franky (2010), „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Abbildung 16: /Film: *Slashfilm. Blogging the Reel World* (2011), www.slashfilm.com, Screenshot vom 17.01.2011.

Abbildung 17: Artikel auf Slashfilm.com: Fischer, Russ (2011), „Bill Murray May Really Be the Holdup With 'Ghostbusters III'“, in: *Slashfilm. Blogging the reel world*, www.slashfilm.com/bill-murray-reason-delays-ghostbusters-iii // 11/1/2011, Screenshot vom 13.01.2011.

Abbildung 18: Movie Blogger Ignatiy Vishnevetsky: Lussier, Germain (2011), „Roger Ebert Adds 24-Year-Old-Movie Blogger Ignatiy Vishnevetsky to ‚At The Movies‘“, in: *Slashfilm. Blogging the Reel World*, www.slashfilm.com/roger-ebert-announces-ignatiy-vishnevetsky-at-the-movies // 4/1/2011, Screenshot vom 13.01.2011.

Abbildung 19: Christy Lemire und Ignatiy Vishnevetsky: Tucker, Ken (2011), „Reviewing the reviewers. ‘Ebert Presents At The Movies’ with Roger Ebert and a new crew of young critics“, in: *EW.com. Ken Tucker's TV*, www.watching-tv.ew.com/2011/01/21/roger-ebert-at-the-movies-lemire // 21/1/2011, letzter Zugriff am 14.02.2011.

Abbildung 20: „Film News“ auf Deadline Hollywood: *DeadlineHollywood.com* (2011), www.deadline.com/category/movies, Screenshot vom 09.02.2011.

Abbildung 21: Der „Superman-Artikel“ auf DeadlineHollywood: Finke, Nikki/Fleming, Mike (2011), „Breaking. Henry Cavill Lands Superman. Macho British Actor to play American Idol“, in: *DeadlineHollywood.com*, www.deadline.com/2011/01/henry-cavill-chosen-as-new-superman // 30/1/2010, Screenshot vom 10.02.2011.

Abbildung 22: Startseite von LatinoReview.com: *LatinoReview.com* (2011), www.latinoreview.com, Screenshot vom 09.02.2011.

Abbildung 23: Blögger im Vergleich: Offenbacher, Hannes (2011), „Österreichs Blogger im Vergleich“, in: *Bessergehtsimmer*, www.bessergehtsimmer.at/wp-content/uploads/2007/09/070921_neuelage75_d.jpg // 19/9/2007, letzter Zugriff am 25.02.2011.

Abbildung 24: Blögger – Österreichs Blogs im Portrait: *Blögger. Mit vorne dabei*, www.bloegger.at, Screenshot vom 27.04.2011.

Abbildung 25: DREISTIL: *DREISTIL Filmverein* (2011), www.dreistil.at, Screenshot vom 27.04.2011.

5.2 Abkürzungsverzeichnis

| | |
|--------|----------------------------------|
| Abb. | Abbildung |
| a.k.a. | also known as (auch bekannt als) |
| bzw. | beziehungsweise |
| d. h. | das heißt |
| ebd. | ebenda |

| | |
|----------|---------------------------|
| et. al. | et alii (und andere) |
| etc. | et cetera (und so weiter) |
| Hg. | Herausgeber |
| i. d. R. | in der Regel |
| Kap. | Kapitel |
| o. Ä. | oder Ähnliches |
| sog. | sogenannt |
| u. a. | unter anderem |
| usw. | und so weiter |
| vgl. | vergleiche |
| z.B. | zum Beispiel |

5.3 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Erweiterung des „Web 1.0“ zum „Web 2.0“: Scholz, Alexander (2009), *Filmmarketing 2.0. Vermarktung von Spielfilmen im Social Web*, Wissenschaftliche Beiträge Reihe Medienwissenschaft Bd. 6, Marburg: Tectum Verlag, S. 59.

Tabelle 2: „Sense of Web 2.0“: O'Reilly, Tim (2005), *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html // 30/9/2005, letzter Zugriff am 17.12.2010.

5.4 Filmographie

Ghostbusters (1984): Reitman, Ivan (Regie), USA: Columbia Pictures.

Groundhog Day (1993): Ramis, Harold (Regie), USA: Columbia Pictures.

Harry Potter and the Deathly Hallows I (2010): Yates, David (Regie), UK/USA: Warner Bros. Pictures.

Inception (2010): Nolan, Christopher (Regie), USA: Warner Bros. Pictures.

Kuroneko (1968): Shindô, Kaneto (Regie), JAP: Toho Company.

No Strings Attached (2011): Reitman, Ivan (Regie), USA: Paramount Pictures.

The Green Hornet (2011): Gondry, Michael (Regie), USA: Columbia Pictures.

The King's Speech (2010): Hopper, Tom (Regie), USA: See-Saw Films/Bedlam Productions.

The Third Man (1949): Reed, Carol (Regie), UK: British Lion Films.

Tron (1982): Lisberger, Steven (Regie), USA: Walt Disney Pictures.

Tron: Legacy (2010): Kosinski, Joseph (Regie), USA: Walt Disney Pictures.

My Dog Tulip (2009): Fierlinger, Paul (Regie), USA: New Yorker Films.

5.5 Literaturverzeichnis

Alby, T. (2007): *Web 2.0 – Konzepte, Anwendungen, Technologien*, München/Wien: Hanser.

Aldred, Jessica et al. (2008): „The world's 50 most powerful blogs“, in: *Guardian.co.uk.The Observer*, www.guardian.co.uk/technology/2008/mar/09/blogs // 9/3/2008, letzter Zugriff am 15.02.2011.

Alphonso, Don/Pahl, Kai (Hg.) (2004): *Blogs! Text und Form im Internet*, Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.

Armborst, Matthias (2006): „Kopfjäger im Internet oder publizistische Avantgarde? Was Journalisten über Weblogs und ihre Macher wissen sollten“, in: Preger, Sven (Hg.), *Recherche-Journalismus und kritische Medienpolitik*, Bd. 4, Berlin: Lit.

Arnheim, Rudolf (1979): *Kritiken und Aufsätze zum Film*, Hg. v. Diederichs, Helmut H., Frankfurt/Main: Fischer.

Balász, Béla (1924): „Die Branche und die Kunst. Eine Rechtfertigung des Filmkritikers“, in: *Der Tag* (Wiener Tageszeitung) vom 28.11.1924, S. 8, nachgedruckt in: Diederichs, Helmut H./Gersch, Wolfgang/Nagy, Magda (Hg.) (1982), *Schriften zum Film*, Bd. 1, München/Berlin (Ost)/Budapest: Hanser.

Barett, Cameron (1999): „Anatomy of a Weblog“, in: *CamWorld*, www.camworld.com/archives/001177.html // 26/1/1999, letzter Zugriff am 06.01.2011.

Bartel, Rainer (2008): *Blogs für alle. Das Weblog-Kompendium*, CHIP Edition, gebundene Ausgabe, München: Vogel Burda Communications.

Bausch, Paul/Haughey, Matthew/Hourihan, Meg (2002): *We Blog. Publishing Online with Weblogs*, Indianapolis: Wiley.

Bear, N.Z. (2005): „A Post-Election Blog Funk?“, in: *TechCentralStation*, www.techcentralstation.com/011105B.html // 11/1/2005, letzter Zugriff am 10.01.2011.

Beisswenger, Michael (2007): „Linguistik. Impulse & Tendenzen. Sprachhandlungskoordination in der Chat-Kommunikation“, Univ. Diss, Dortmund: Walter de Gruyter.

Bernet, Marcel (2010): *Social Media in der Medienarbeit. Online-PR im Zeitalter von Google, Facebook und Co*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien.

Bly, Robert W. (2007): *Blog, schmog! The truth about what blogs can (and can't) do for your business*, Nashville/Tennessee: Thomas Nelson Inc.

Bordwell, David (2010): „Film criticism: Always declining, never quite falling“, in: *Observations on Film Art*, www.davidbordwell.net/blog/?p=7356 // 16/3/2010, letzter Zugriff am 18.04.2011.

Bordwell, David/ Thompson, Kristin (2010): „Inception; or Dream a Little Dream Within a Dream of Me“, in: *Observations on Film Art*, www.davidbordwell.net/blog/?p=9692 // 6/8/2010, letzter Zugriff am 19.01.2010.

Bordwell, David/Thompson, Kristin (2003): *Film Art: An Introduction*, 7. überarbeitete Ausgabe, New York: Graw-Hill (Orig. 1979).

Bordwell, David/Thompson, Kristin (2009): *Film Art: An Introduction*, 9. überarbeitete Ausgabe, New York: Graw-Hill (Orig. 1979).

Bordwell, David (2008): „In Critical Condition“, in: *Observations on Film Art*, www.davidbordwell.net/blog/2008/05/14/in-critical-condition // 14/5/2008, letzter Zugriff am 18.04.2011.

Branckaute, Franky (2010): „The State of the Blogosphere“, in: *The Blog Herald*, www.blogherald.com/2010/09/20/state-of-the-blogosphere-in-2010 // 20/9/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Carr, Nicholas (2005): „The Amoralität of Web 2.0“, www.rough.type.com/archives/2005/10/the_amorality_o.php // 03/10/2005, letzter Zugriff am 20.04.2011.

Daniels, Dieter (2002): *Kunst als Sendung. Von der Telegrafie zum Internet*, München: C.H.Beck.

Doherty, Thomas (2010): „The Death of Film Criticism“, in: *The Chronicle of Higher Education*, www.chronicle.com/article/The-Death-of-Film-Criticism/64352 // 28/2/2010, letzter Zugriff am 17.01.2011.

Donner, Wolf (1990): „Kritiker-Kritik, Kulturbetrieb, Kieslowski. Notizen zum Stand der Filmkritik und Kieslowskis Krotki film o zabijaniu“, in: Grob, Norbert/Prümm, Karl (Hg.), *Die Macht der Filmkritik. Positionen und Kontroversen*, München: edition text + kritik, S.112-115.

Döring, Nicola (2005): „Blogs. Jeder ein Publizist“, in: *Psychologie heute*, Online-Publikation: www.psychologie-heute.com/p1archiv/recherche/f_he/050836.htm // 8/2005, letzter Zugriff am 06.01.2011.

Duden (2001): *Duden. Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache*, 3., völlig neu überarbeitete und erweiterte Auflage, herausgegeben von der Dudenredaktion auf der Grundlage der neuen amtlichen Rechtschreibregeln, Band 7, Dudenverlag: Mannheim.

- (2010): *Duden. Das Bedeutungswörterbuch*, 4., neu bearbeitete und erweiterte Auflage, herausgegeben von der Dudenredaktion, Band 10, Dudenverlag: Mannheim.

Dudley, Andrew (1978): *André Bazin*, New York: Oxford University Press.

Ebert, Kai/ Schwarz, Stephan (2006): *Social Software im Web 2.0. Konzeption einer Social Software Webapplikation des Bereiches Collaborative Media Sharing & Editing*, Wiesbaden.

Ebert, Roger (2011): „Ebert Presents at the Movies“, in: *Chicago Sun-Times*, www.blogs.suntimes.com/ebert/2011/01/ebert_presents_at_the_movies.html // 3/1/2011, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Eder, Klaus (1978): „Über den Einfluß der Filmkritik“, in: Koch, Gertrud/Witte, Karsten (Hg.), *Seminar Filmkritik. Protokolle einer Veranstaltung der Arbeitsgemeinschaft der Filmjournalisten in Frankfurt/Main*, München: AGF, S. 1-28.

Elsaesser, Thomas/Hagener, Malte (2007): *Filmtheorie zur Einführung*, Hamburg: Junius Verlag.

Elsaesser, Thomas/Hagener, Malte (2010): *Film Theory. An introduction through the senses*, New York: Routledge.

Faré, Marco/Foa, Marcello/Uboldi, Francesco (2006): „Blog e Giornalismo, l'era della complementarità“, in: *EJO. European Journalism Observatory*, Online-Publikation: www.it.ejo.ch/wp-content/uploads/blog_e_giornalismo.pdf // 3/2006, letzter Zugriff am 18.01.2011.

Fauster, Roland (2010): „Mubi startet nächste Woche für PS3“, in: *Playstation.Blog*, www.blog.de.playstation.com/2010/11/01/mubi-startet-nchste-woche-fr-ps3 // 1/11/2010, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Finke, Nikki/Fleming, Mike (2011): „Breaking. Henry Cavill Lands Superman. Macho British Actor to play American Idol“, in: *DeadlineHollywood.com*, www.deadline.com/2011/01/henry-cavill-chosen-as-new-superman // 30/1/2010, letzter Zugriff am 09.02.2011.

Fischer, Russ (2011): „Bill Murray May Really Be the Holdup With 'Ghostbusters III'“, in: *Slashfilm. Blogging the Reel World*, www.slashfilm.com/bill-murray-reason-delays-ghostbusters-iii // 11/1/2011, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Fileri, Paul (2009): „Beta Male. The Auteurs' Efe Cakarel interviewed by Paul Fileri“, in: *Filmlinc. Film Society of Lincoln Center*, www.filmlinc.com/fcm/jf09/uncutauth.htm // 1/2009, letzter Zugriff am 14.01.2011.

Fleming, Mike (2011): „The Challenge Of Sequelizing Ghostbusters“, in: *Deadline New York*, www.deadline.com/2011/01/the-challenge-of-sequelizing-ghostbusters // 11/1/2011, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Gumbrecht, Michelle/Nardi, Bonnie/ Schiano, Diane J. (2004): *Blogging As Social Activity, or, Would You Let 900 Million People Read Your Diary?*, Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work (CSCW), www.home.comcast.net/~diane.schiano/CSCW04.Blog.pdf // 6/10/2004, letzter Zugriff am 06.01.2011.

Haacke, Wilmont (1962): „Aspekte und Probleme der Filmkritik“, in: Görgen, Hermann M. (Hg.), *Rundfunk, Film, Fernsehen. Eine Schriftenreihe im Auftrage der Deutschen Gesellschaft für Film- und Fernsehforschung*, Gütersloh: Bertelsmann.

Hauschke, Christian/Lore, Sarah/ Ullmann, Nadine (2007): „Libworld. Biblioblogs global“, in: *Libreas. Library Ideas. Elektronische Zeitschrift für Bibliotheks- und Informationswissenschaft*, www.ib.hu-berlin.de/~libreas/libreas_neu/ausgabe10/002hau.htm // 10/2007, letzter Zugriff am 18.01.2011.

Heller, Corinne (2011): „Roger Ebert's new 'At the Movies' debuts on Friday“, in: *OTRC. OnTheRedCarpet.com*, www.ontheredcarpet.com/Roger-Eberts-new-At-the-Movies-debuts-on-Friday/7907868 // 19/1/2011, letzter Zugriff am 14.02.2011.

Henriques, Ron (2010a): „Inception“, in: *LatinoReview.com*, www.latinoreview.com/movie-reviews/inception-815 // 14/7/2010, letzter Zugriff am 09.02.2011.

Henriques, Ron (2010b): „Harry Potter and the Deathly Hallows Part I“, in: *LatinoReview.com*, www.latinoreview.com/movie-reviews/harry-potter-and-the-deathly-hallows-part-i-859 // 17/11/2010, letzter Zugriff am 08.02.2011.

Herring, Susan C. (Hg.) (1996): *Computer-mediated communication. Linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam: John Benjamins.

Hewitt, Hugh (2005): *Blog: Understanding the information reformation that's changing your world. Why you must know how the blogosphere is smashing the old media monopoly and giving individuals power in the market place of ideas*, Nashville/Tennessee: Thomas Nelson Inc.

- (2010): *The Hugh Hewitt Show*, www.hughhewitt.com/pages/about_hugh // 7/7/2005, letzter Zugriff am 18.11.2010.

Hillier, Jim (1985): *Cahiers Du Cinema: The 1950's Neo-Realism, Hollywood, New Wave*, Cambridge: Havard University Press.

Hochhäusler, Christoph (2009): „Kleines Einmaleins der Filmkritik“, in: *ZeitOnline*, www.zeit.de/online/2008/47/Filmkritik-heute?page=4 // 5/2/2009, letzter Zugriff am 04.01.2011.

Hohlfeld, Ralf/Wolf, Cornelia (2008): „Media to go – erste Konturen eines mobilen Journalismus? Ergebnisse einer Redaktionsbefragung von Anbietern mobiler Multimediadienste“, in: *Media Perspektiven* 4/2008, Online-Publikation: www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/04-2008_Hohlfeld.pdf // 5/5/2008, letzter Zugriff am 12.01.2011.

Hohlfeld, Ralf/Dörsam, Steffen (2008): „Börse im Blog. Eine Analyse medienintegrierter und unabhängiger Finanz-Weblogs“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hrsg.) (2008): *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 95-110.

Hourihan, Meg (2002): „What We're Doing When We Blog“, in: *O'Reilly Web Development Center*, www.oreillynet.com/pub/a/javascript/2002/06/13/megnutt.html // 13/6/2002, letzter Zugriff am 24.02.2011.

International Herald Tribune (N.Y. TIMES) (2005): „Measuring the Blogosphere“ zit. nach Armbrorst, Matthias (2006).

Jarchow, Klaus (2010): „Der Plauderton“, in: *Stilstand*, www.stilstand.de/der-plauderton // 26/4/2010, letzter Zugriff am 18.01.2011.

Keel, Guido/Bernet, Marcel (2005): *Journalisten im Internet 2005. Eine Befragung von Deutschweizer Medienschaffenden zum beruflichen Umgang mit dem Internet*, Online-Publikation: www.zhaw.ch/fileadmin/user_upload/linguistik/_Institute_und_Zentren/IAM/PDFS/Forschung/Projekte/Studie_Internet_2005.pdf // 16/1/2006, letzter Zugriff am 02.02.2011.

Keen, Andrew (2007): *The Cult of the Amateur. How Today's Internet is Killing Our Culture*, New York (u. a.): Doubleday/Currency.

- (2008): *Die Stunde der Stümper. Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören*, München: Hanser.

Kienitz, Günter W. (2007): *Web 2.0 – Der ultimative Guide für die neue Generation Internet*, Kempen: Moses.

Kniffel, Fabienne (2009): *Mit Web 2.0 zum Online-Katalog der nächsten Generation*, Wiesbaden: Dinges & Frick.

Kracauer, Siegfried (1932): „Über die Aufgabe des Filmkritikers“, in: Ders.: Witte, Karsten (Hg.) (1974), *Kino. Essays, Studien, Glossen zum Film*, Suhrkamp Taschenbuch: Frankfurt/Main, S. 9-11.

Vishnevetsky, Ignatiy (2010) „Kaneto Shindo's KURONEKO (Japanese Revival)“, in: *Cine-File.info*, www.cine-file.info/list-archive/2010/DEC-10-3.html // 3/12/2010, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Knörer, Ekkehard (2008a): „Anlass zur Kritik. Schreiben über Film im Netz“, Vortrag zur Veranstaltung „Im Netz der Möglichkeiten. Filmkritik im Zeitalter des Internet“ veranstaltet vom Verband der deutschen Filmkritik, Filmhaus, Berlin, in: *CARGO. Film/Medien/Kultur*, Online-Publikation: www.cargo-film.de/thema-reihe/filmkritik/anlass-zur-kritik-schreiben-ueber-film-im-netz // 18/11/2008, letzter Zugriff 09.01.2011.

- (2008b): „Die Filmkritik überlebt im Netz. Das Internet ist nicht der Tod der Filmkritik, sondern ihre Rettung. Konstruktive Antwort auf ein ahnungsloses Pamphlet des Filmkritikers Josef Schnelle in der Berliner Zeitung“, in: *Perlentaucher.de. Das Kulturmagazin*, www.perlentaucher.de/artikel/4845.html // 15/8/2008, letzter Zugriff am 18.02.2011.

- (2009): „The Auteurs Update. Der Stand der Dinge beim ambitionierten Online-Videothek-Projekt The Auteurs“, in: *Container*, www.cargo-film.de/blog/2009/jan/11/auteurs-update/?highlight=Auteurs // 11/1/2009, letzter Zugriff am 14.01.2011.

Koch, Markus C. /Haarland, Astrid (2004): *Generation Blogger*, Bonn: mitp.

Kopp, Mirijam/Schönhagen, Philomen (2008): „Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.79-94.

Lennartz, Sven (2006): „Die Zukunft im Web 3.0. Eine Vision“, www.drweb.de/magazin/die-zukunft-im-web-30-eine-vision // 1/8/2006, letzter Zugriff am 23.11.2010.

Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Lussier, Germain(2011):„Roger Ebert Adds 24-Year-Old-Movie Blogger Ignatiy Vishnevetsky to ‚At The Movies‘“, in: *Slashfilm. Blogging the Reel World*, www.slashfilm.com/roger-ebert-announces-ignatiy-vishnevetsky-at-the-movies // 4/1/2011, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Machill, Marcel/Neuberger, Christoph/ Schweiger, Wolfgang/ Wirth, Werner (2003): „Wegweiser im Netz. Qualität und Nutzung von Suchmaschinen,“ in: Machill, Marcel/ Welp, Carsten (Hg.) (2003), *Wegweiser im Netz. Qualität und Nutzung von Suchmaschinen*, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, S. 13-49.

Maurice, Florence (2007): *Web 2.0 Praxis. AJAX, Newsfeeds, Blogs, Microformats*, München: Markt+Technik Verlag.

Merholz, Peter (2002): *Play With Your Words*, www.peterme.com/archives/00000205.html // 17.05.2002, letzter Zugriff am 06.01.2011.

Merriam-Webster Online (2004): „Word of the Year 2004“, www.merriam-webster.com/info/04words.htm // 2004, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Miller, Pace J. (2010): „Movie Review: Inception (2010)“, in: *About Writing. The Personal Blog of Pace J Miller*, www.pacejmiller.wordpress.com/2010/07/24/movie-review-inception-2010 // 24/7/2010, letzter Zugriff am 16.01.2010.

Miller, Pace J. (2011): „Movie Review: The King’s Speech (2010)“, in: *About Writing. The Personal Blog of Pace J Miller*, www.pacejmiller.wordpress.com/2011/01/13/movie-review-the-kings-speech-2010 // 13/1/2011, letzter Zugriff am 14.01.2011.

Moninger, Markus (1992): *Filmkritik in der Krise. Die 'politique des auteurs'- Überlegungen zur filmischen Rezeptions- und Wirkungsästhetik*, Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Möller, Erik (2006): *Die heimliche Medienrevolution. Wie Weblogs, Wikis und freie Software die Welt verändern*, 2., erweiterte und aktualisierte Auflage, Hannover: Heise.

Musser, John/O'Reilly, Tim (2006): *Web 2.0. Principles and Best Practices*, www.oreilly.com/catalog/web2report/chapter/web20_report_excerpt.pdf // 31/10/2006, letzter Zugriff am 07.01.2011.

NEGATIV, Magazin für Film und Medienkultur (2011): „Georg Seeßlen über Filmkritik“, Online-Publikation: www.negativ-film.de/2011/02/georg-seelen-uber-filmkritik.html // 20/2/2011, letzter Zugriff am 28.03.2011.

Neuberger, Christoph (2005): „Funktionen, Probleme und Regulierung von Suchmaschinen im Internet“, in: *International Review of Information Ethics* 3, S. 3-17.

Neuberger, Christoph (2008): „Internet und Journalismusforschung. Theoretische Neujustierung und Forschungsagenda“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 11-42.

Neuberger, Christoph/Nuernbergk, Christian/Rischke, Melanie (2007): „Weblogs und Journalismus: Konkurrenz, Ergänzung oder Integration? Eine Forschungssynopse zum Wandel der Öffentlichkeit im Internet“, in: *Media Perspektiven* 2/2007, Online-Publikation: www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/02-2007_Neuberger.pdf // 5/3/2007, letzter Zugriff am 12.01.2011.

Offenbacher, Hannes (2009): „Österreichs Blogger vor die Linse holen“, in: *BLÖGGER. Mit vorne dabei*, www.bloegger.at/2009/11/osterreichs-blogger-vor-die-linse-holen // 11/11/2009, letzter Zugriff am 25.02.2011.

Offenbacher, Hannes (2010a): „BLÖGGER Blog-Parade: Mitmachen und Laptop gewinnen! Blog Parade zum Thema: Link-Kultur“, in: *BLÖGGER. Mit vorne dabei*, www.bloegger.at/2010/01/blogparade-linkkultur // 19/1/2010, letzter Zugriff am 25.02.2011.

Offenbacher, Hannes (2010b): „Bitte verlinken Sie diesen Artikel in ihrem Blog“, in: *Besser gehts immer*, www.bessergehtsimmer.at/2010/01/bitte-verlinken-sie-diesen-artikel-in-ihrem-blog // 25/6/2010, letzter Zugriff am 24.02.2011.

O'Reilly, Tim (2005): *What is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, www.oreilly.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html // 30/9/2005, letzter Zugriff am 17.12.2010.

Pantenburg, Volker (2009): „Das Schweigen der Weblogs wird unterbewertet“, in: Koll, Horst P./Messias, Hans, *Lexikon des Internationalen Films*, Filmjahr 2008, Marburg: Schüren, S. 43-47.

Peters, Jeremy W./Kopytoff, Verne G. (2011): „Betting on News, AOL Is Buying The Huffington Post“, in: *The New York Times*, www.nytimes.com/2011/02/07/business/media/07aol.html?_r=1 // 7/2/2011, letzter Zugriff am 16.02.2011.

Prillinger, Horst (2004): „Are You Serious? The potential and the reality of weblogs as mass media, and why they matter“, in: Burg, Thomas N. (Hg.), *BlogTalks 2.0. The European Conference on Weblogs*, Krems: Donau-Universität, S. 83-95.

Redaktion Readers Edition (2007): „Bürgerjournalismus und Blogger in Österreich“, in: *Readers Edition*, www.readers-edition.de/2007/06/14/buergerjournalismus-und-blogger-in-oesterreich // 14/6/2007, letzter Zugriff am 25.02.2011.

Reichert, Ramón (2008): *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*, Bielefeld: transcript Verlag.

Reichmayr, Ingrid F. (2006): *Weblogs von Jugendlichen und Jungen erwachsenen. Reflexive, kreative und interaktive Präsentation des Ich in sozialen Netzwerken*, Online verfügbar: www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/pdf/medienkultur/WeblogsvonJugendlichen-Reichmayr-2005.pdf // 16/02/2006, letzter Zugriff am 04.02.2011.

Reinert, Charles (Hg.) (1946): *Kleines Filmlexikon. Kunst, Technik, Geschichte, Biografie, Schrifttum*, 2.Aufl., Einsiedeln-Zürich: Benziger.

Rogers, Nathaniel (2010): „Dream a Little Dream of Inception“, in: *Towleroad*, www.towleroad.com/2010/07/movies-inception.html // 15/7/2010, letzter Zugriff am 19.01.2011.

Roush, George (2010a): „Harry Potter and the Deathly Hallows Part I“, in: *LatinoReview.com*, www.latinoreview.com/movie-reviews/harry-potter-and-the-deathly-hallows-part-i-874 // 18/11/2010, letzter Zugriff am 09.02.2011.

Roush, George (2010b): „Inception“, in: *LatinoReview.com*, www.latinoreview.com/movie-reviews/inception-816 // 14/7/2010, letzter Zugriff am 09.02.2011.

Rössler, Patrick (1997): „Filmkritiker und Publikum. Diskrepanzen und Übereinstimmungen. Ergebnisse einer Befragung von Filmrezensenten und Kinogängern“, in: *Media Perspektiven* 3/1997, S. 133-140.

Schmidt, Jan (2006): *Weblogs. Eine kommunikationssoziologische Studie*, Konstanz: UVK.

Schmidt, Jan/Schönberger, Klaus/Stegbauer, Christian (2005): „Erkundung von Weblog-Nutzungen. Anmerkungen zum Stand der Forschung“, in: Dies. (Hg.): *Erkundungen des Bloggens. Sozialwissenschaftliche Ansätze und Perspektiven der Weblogforschung*, Sonderausgabe von kommunikation@gesellschaft, Jg. 6 Online-Publikation: www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2005_Schmidt_Schoenberger_Stegbauer.pdf // 9/11/2005, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Schnelle, Josef (2008): „Warum wir Filmkritik brauchen. Die Internet-Blogs zersetzen das informierte und unabhängige Urteil“, in: *Berliner Zeitung*, www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2008/0814/film/0008/index.html // 18/8/2008, letzter Zugriff am 18.01.2011.

Schroll, Willi/Neef, Andreas (2006): „Web 2.0. Was ist dran?“, in: *Perspektive Blau*, Online-Publikation: www.perspektive-blau.de/wissen/0610a/0610a.pdf // 6/10/2006, letzter Zugriff am 07.01.2011.

Scholz, Alexander (2009): *Filmmarketing 2.0. Vermarktung von Spielfilmen im Social Web*, Wissenschaftliche Beiträge Reihe Medienwissenschaft Bd. 6, Marburg: Tectum Verlag.

Schütte, Wolfram (1998) : „Zum Strukturwandel der Film-Öffentlichkeit“, in: Schenk, Irmbert (Hg.), *Filmkritik und Öffentlichkeit. Bestandsaufnahmen und Perspektiven*, Marburg: Schüren Presseverlag.

Schütte, Wolfram (1968): „Maßstäbe der Filmkritik“, in: Hamm, Peter (Hg.), *Kritik - von wem, für wen, wie. Eine Selbstdarstellung deutscher Kritiker*, Reihe Hanser Bd. 12, München: Carl Hanser.

Schweiger, Wolfgang (2004): „Was haben Suchmaschinen mit Massenmedien zu tun? Medienstrukturen Publikumsverhalten und Informationsfreiheit“, in: *Medienheft* 22, S. 37-43.

Schweiger, Wolfgang/Quiring, Oliver (2006): „User-Generated Content auf massenmedialen Websites - eine Spielart der Interaktivität oder etwas völlig anderes?“, in: Friedrichsen, Mike/Mühl-Benninghaus, Wolfgang/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Neue Technik, neue Medien, neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Onlinekommunikation*, München: Reinhard Fischer, S. 97-122.

Seeßlen, Georg (2009): „Die schöne Sorge: Notizen zur Filmkritik“, in: *Das schönste an Deutschland ist die Autobahn. Das Georg-Seeßlen-Blog*, www.seesslen-blog.de/2009/07/14/die-schone-sorge-notizen-zur-filmkritik/#more-157 // 14/7/2009, letzter Zugriff am 19.01.2011.

Shirky, Clay (2003): „Power Laws, Weblogs, and Inequality“, in: *Clay Shirky's Writings About the Internet. Economics & Culture, Media & Community, Open Source*, www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html // 2/10/2003, letzter Zugriff am 02.02.2011.

Sifry, David (2005): „State of the Blogosphere, October 2005 Part 1: On Blogosphere Growth“, in: *Sifry's Alerts*, www.sifry.com/alerts/archives/000343.html // 17/10/2005, letzter Zugriff am 01.02.2011.

- (2006a): „State of the Blogosphere, April 2006 Part 2: On Language and Tagging“, in: *Sifry's Alerts*, www.sifry.com/alerts/archives/000433.html // 1/5/2006, letzter Zugriff am 24.02.2011.
- (2006b): „State of the Blogosphere, October 2006“, in: *Sifry's Alerts*, www.sifry.com/alerts/archives/000443.html // 6/11/2006, letzter Zugriff am 24.02.2011.

Simanowski, Roberto (2008): *Digitale Medien in der Erlebnisgesellschaft. Kultur – Kunst – Utopien*, Hamburg: Rohwolt.

Sobel, Jon (2010a): „State of the Blogosphere 2010 Introduction“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction // 3/11/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

- (2010b): „State of the Blogosphere 2010 Introduction. Page 2“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogosphere-2010-introduction/page-2 // 3/11/2010, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Springer, Nina/ Wolling, Jens (2008): „Recherchoogeln. Wie Zeitungsjournalisten das Internet für ihre Arbeit nutzen“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 45-60.

Sussman, Matt (2009): „Who are the Bloggers? SOTB 2009“, in: *Technorati*, www.technorati.com/blogging/article/day-1-who-are-the-bloggers1 // 19/10/2009, letzter Zugriff am 27.03.2011.

TheLemming, Markus (2011): „Tron Legacy 3D“, in: *TheLemming*, www.blog.lemmi.at/?p=803 // 1/2/2011, letzter Zugriff am 16.02.2011.

Thiele, Martina (2007): „Publizistische Kontroversen über den Holocaust im Film“, 2. Aufl., Berlin: Lit Verlag, (Orig. (2000), Univ. Diss., Göttingen).

Thilloßen, Anne (2008): *Schreiben im Netz. Neue literale Praktiken im Kontext Hochschule*, Medien in der Wissenschaft Bd. 49, Münster: Waxmann.

Tucker, Ken (2011): „Reviewing the reviewers. ‘Ebert Presents At The Movies’ with Roger Ebert and a new crew of young critics“, in: *EW.com. Ken Tucker’s TV*, www.watching-tv.ew.com/2011/01/21/roger-ebert-at-the-movies-lemire // 21/1/2011, letzter Zugriff am 14.02.2011.

T-Rex, Terminosaurus Rex. Die Informationswissenschaft in Begriffen (2005): *T-Rex. Definitionsliste (englische Begriffe)*, www.server02.is.uni-sb.de/trex/glossar_en.php // 26/5/2005, letzter Zugriff am 13.01.2011.

Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.) (2008): *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

VDI-Nachrichten (2005): „Kommunikation kommt in(s) Schwärmen“, www.vdi-nachrichten.de/vdi_nachrichten/aktuelle_ausgabe/akt_ausg_detail.asp?source=rubrik&cat=1&id=22798&do // 17.6.2005, letzter Zugriff am 01.02.2011.

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*, Konstanz: UVK.

Wied, Kristina/Schmidt, Jan (2008): „Weblogs und Qualitätssicherung. Zu Potenzialen weblogbasierter Kritik im Journalismus“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 173-192.

Wikipedia: Blog (2011): „Blog“, in: *Wikipedia – Die Enzyklopädie*, www.de.wikipedia.org/wiki/Blog#cite_note-9 // Stand: 04.02.2011.

Wikipedia: Spoiler (2011): „Spoiler (Medien)“, in: *Wikipedia – Die Enzyklopädie*, www.de.wikipedia.org/wiki/Spoiler_%28Medien%29 // Stand: 04.02.2011.

Wolff, Rochus (2004): „Das Katzenbild als Pumpgun des Journalismus“, in: *KritischeAusgabe2/2004*, Online-Publikation: www.kritische-ausgabe.de/hefte/reich/wolff.pdf // 21/12/2005, letzter Zugriff am 12.01.2011.

Wolling, Jens (2002): „Suchmaschinen – Gatekeeper im Internet“, in: *Medienwissenschaft Schweiz 2*, S.15-23.

Wolling, Jens (2005): „Suchmaschinen? - Selektiermaschinen!“, in: Krömker, Heidi/Klimsa, Paul (Hg.), *Handbuch Medienproduktion. Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 529-537.

Wyatt, Andy (2010): „Inception“, in: *The Film Zealot*, www.andywyatt.tumblr.com/post/2474990292/inception // 26/9/2010, letzter Zugriff am 16.01.2011.

- (2011): „Tron: Legacy“, in: *The Film Zealot*, www.andywyatt.tumblr.com/post/2731630451/tron-legacy // 13/01/2011, letzter Zugriff am 16.02.2011.

Wyss, Vinzenz/Keel Guido (2008): „Die Suchmaschine als Danaergeschenk. Zur strukturellen Gewalt der 'Googleisierung' des Journalismus“, in: Quandt, Thorsten/Schweiger, Wolfgang (Hg.), *Journalismus online. Partizipation oder Profession*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 61-76.

Zeitchik, Steven (2011): „Who is Ignatiy Vishnevetsky?“, in: *Los Angeles Times*, www.latimesblogs.latimes.com/movies/2011/01/roger-ebert-pbs-show-critics-ignatiy-vishnevetsky.html // 4/1/2011, letzter Zugriff am 14.02.2011.

Zerfaß, Ansgar/Boelter, Dietrich (2005): *Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien*, Graz: Nausner & Nausner.

ABSTRACT

Das Blogmedium stellt einen der Wegbereiter des Phänomens der persönlichen Selbstdarstellung im Zeitalter des Web 2.0 anhand des freien und ungehinderten Austausches von Informationen dar. Im Zuge der Verbreitung des Trends der öffentlichen Kommunikation, Partizipation und kollektiven Organisation, etablieren sich Blogs als Diskussionsplattformen, welche in Bezug auf die Gattung der Filmkritik für die Publikation selbstverfasster Reviews und filmkritischer Essays der Blogger Verwendung finden. Die in weiterer Folge entstandenen Debatten zwischen den Befürwortern und Gegnern der Filmblogs sind ebenso Teil des Inhalts dieser Arbeit, wie die Untersuchung der Motivation der Blogger, ein eigenes Blog zu eröffnen oder sich einem bestehenden anzuschließen sowie die verschiedenen Einsatzmöglichkeiten der Filmblogs und deren Auswirkung auf die Entwicklung der Schreibkultur.

Im Anschluss an den ersten Teil der Arbeit, der eine Einführung in die Thematik der Weblogs und deren Organisation und Verbreitung im WWW darstellt, folgt eine umfassende Auseinandersetzung einerseits mit den innovativen Erneuerungen und Vorteilen, andererseits mit den Problematiken, die mit der Ära des Blogmediums und der Online-Publikation einhergehen. Diese Arbeit umfasst eine Untersuchung von sowohl stark als auch weniger stark frequentierten Filmblogs, welche anschließend im Hinblick auf ihre Qualität und jenen Kriterien, die eine Filmkritik zu erfüllen hat, mit dem Filmblog der Akademiker, Filmwissenschaftler und Autoren David Bordwell und Kristin Thompson verglichen werden. Schließlich mündet die inhaltliche Thematik der Arbeit in der Bedeutung des Blogmediums für die Entwicklung der Filmkritik selbst und dem Ausblick in die zukünftige Schaffens- und Organisationsform filmkritischer Abhandlungen im Print- bzw. Online-Format.

ENGLISH ABSTRACT OF THE THESIS

The medium blog is one of the gatekeepers of the phenomenon of personal selfrepresentation in the century of web 2.0 as it offers the user the chance of free and easy interchange of information with other users. As part of the distribution of the trend of public communication, participation and collective organisation, blogs establish itself as platforms for public discussions. Concerning film critic blogs are used for publishing reviews and critical essays of the bloggers own composition. In further consequence proponents and opponents of film blogs fuel numerous debates which are summarized in the thesis. Further contents of the thesis are the investigation of the bloggers motivation, the different fields of application of film blogs as well as its effect on the development of writing culture.

Followed by the first part of the thesis, which includes an introduction on weblogs, its organisation and distribution over the WWW, the second part deals with innovations and advantages which are offered by the blog media on the one hand, and with the occuring issues caused by online publication on the other hand. In general, this thesis shows an extensive investigation of high frequented film blogs as well as low frequented ones, which are proved for their quality in comparison with film blogs of the academics, film critics and authors David Bordwell and Kristin Thompson. Finally the content of thesis leads to the blogs special meaning for the development of film critics and concludes in an prospective view on the form of organisation and the working progress of writing film critics as print- and/or online format.

CURRICULUM VITAE

Biografische Daten:

Name: Sabrina Denise Klatzer
Geburtsdaten: 6. November 1987 in Klagenfurt am Wörthersee
Staatsbürgerschaft: Österreich

Ausbildung:

10/2010-03/2011 Auslandsaufenthalt in Paris/Frankreich an der Universität Paris Ouest Nanterre La Défense
10/2007 Inskription zum Studium der Philosophie an der Universität Wien
10/2006 Inskription zum Studium der Theater-, Film- und Medienwissenschaft an der Universität Wien
10/1998-06/2006 Maturaabschluss am Bundesrealgymnasium Mössingerstraße in Klagenfurt am Wörthersee
10/1994-07/1998 Volksschule Maria Rain

Sprachkenntnisse: Hervorragende Sprachkenntnisse den lebenden Fremdsprachen Englisch, Französisch und Spanisch.

Bisherige Berufserfahrung:

09/2010 Dramaturgiehospitantz im Theater in der Josefstadt bei der Produktion „Heldenplatz“ von Thomas Bernhard unter der Regie von Philip Tiedemann
10/2009 Projekt-Mitarbeiterin der Firma Pool Filmverleih (AMOUR FOU Filmproduktion GmbH)
10/2009 Dramaturgiehospitantz im Theater in der Josefstadt bei der Produktion „Gespenster“ von Henrik Ibsen unter der Regie von Janusz Kica
09/2009 Dramaturgiehospitantz im Theater in der Josefstadt bei der Produktion „Der blaue Engel“ von Heinrich Mann/Josef v. Sternberg unter der Regie von Herbert Föttinger
09/2008 Praktikum im Stadttheater Klagenfurt bei Intendant Josef E. Köpplinger und Kaufm. Direktor Horst Plessin
01/2008 Regiehospitantz bei der freien Produktion der Firma „Dreizehnter Januar“ im WUK „Nicht nicht nicht nicht nicht genug Sauerstoff“ von Carol Churchyll unter der Regie von Fanny Brunner